

دار النهضة العربية

المعجم

في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال

المشروع العربي لتوحيد المصطلحات

الدكتورة مي العبدالله

مساعد باحث: عبد الكريم شين

المعجم

في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال

(المشروع العربي لتوحيد المصطلحات)

المعجـــــــم

في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال

(المشروع العربي لتوحيد المصطلحات)

الدكتورة مي العبدالله

مساعد باحث: عبدالكريم شين



دار النهضة العربية

رقم الكتاب	:4527
اسم الكتاب	:المعجم في المفاهيم الحديثة للاعلام والاتصال
المؤلف	:د. مي العبدالله ـ م. ب عبد الكريم شين
الموضوع	:إعلام
رقم الطبعة	:الأولى
سنة الطبع	:2014م. 1435هـ
القياس	:17 × 24
عدد الصفحات	:328

منشورات : دار النهضة العربية

بيروت ـ لبنان

الطريق الجديدة مقابل الجامعة العربية ـ كلية طب الاسنان ـ بناية اسكندرني 3 ـ ط/1

تلفون : 854161 ـ 1 ـ 961 +

فاكس : 833270 ـ 1 ـ 961 +

ص ب : 0749 ـ 11 رياض الصلح

بيروت 072060 11 ـ لبنان

بريد الكتروني: e-mail: darnahda@gmail.com

ISBN 978-614-402-794-3

دليل البحث في المعجم

- **المصطلحات التي تحمل إشارة** * هي التي اعتمدت كأساسية وتم نقلها إلى اللغات الأخرى من قبل الأساتذة المشاركين في المشروع.
- **الكلمات واردة بحسب تسلسلها الأبجدي.**
- **الكلمات بالفرنسيّة بالخط المائل.**
- **بعض المصطلحات الأساسيّة مرفقة بنبذة توثيقية وتاريخية عن تطور المفهوم يشار إليها بـــ ¤.**

لائحة بأسماء الأساتذة المشاركين

(بمشروع توحيد ترجمة المصطلحات)

د. أحمد زين الدين - أستاذ في كلية الاعلام والتوثيق - الجامعة اللبنانية
د. أسماء شملي - أستاذة في قسم الأدب الفرنسي في كلية الآداب- الجامعة اللبنانية
د. الصادق رابح - أستاذ في قسم الاتصال في كلية الآداب والعلوم - الجامعة الكندية بدبي
د. أنطوان صيّاح – أستاذ في كلية التربية- الجامعة اللبنانية
د.بخيتة أمين – عميد كلية امدرمان لتكنولوجيا الصحافة والطباعة- السودان
د. برتران كابدوش - أستاذ كرسي اليونسكو لعلوم الاتصال في جامعة غرونوبل - فرنسا
د. بسّام بركة - أستاذ في قسم الأدب الفرنسي في كلية الآداب- الجامعة اللبنانيّة
د. بنت النبي شايب دراع تاني - أستاذة في كلية العلوم الاجتماعيّة- جامعة وهران- الجزائر
د. بوحنية قوي – أستاذة في قسم العلوم السياسية في كلية الحقوق والعلوم السياسية- جامعة ورقلة- الجزائر
د.سهاد كحيل- أستاذة في كلية الاعلام والتوثيق- الجامعة اللبنانية
د.صالح أبو أصبع- أستاذ في قسم الاعلام- نائب رئيس جامعة فلدلفيا- عمان-الأردن
د.عبد الكريم الدبيسي – أستاذ في قسم الصحافة والاعلام في جامعة البتراء- عمان- الأردن
د. عدنان خوجه- فنان تشكيلي - أستاذ في المعهد العالي للدكتوراه- الجامعة اللبنانية
د. عزة عبد العظيم محمد أحمد -أستاذة في قسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة
د.عصام سليمان الموسى – أستاذ في كلية الاعلام- جامعة اليرموك-اربد-الاردن
د. فايزة يخلف – أستاذة في كلية الاعلام- جامعة الجزائر- الجزائر
د. كمال حميدو – أستاذ في قسم الاتصال الجماهيري- كلية الاتصال- جامعة الشارقة
د. محمد شطاح – أستاذ في قسم الاتصال الجماهيري- كلية الاتصال- جامعة الشارقة
وفي قسم علوم الاعلام والاتصال- جامعة باجي مختارعنابة – الجزائر
د. عيسى مراح – أستاذ في كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة بجاية- الجزائر
د. مصطفى غناو – أستاذ في كلية الاعلام- جامعة وهران- الجزائر
د.مود اسطفان – أستاذة في كلية الاعلام والتوثيق - الجامعة اللبنانية
د.هدى عدره – أستاذة في كلية الآداب- الجامعة اللبنانية

تقديم

يرتكز البحث العلمي في كل المجالات على المصطلحات اللغويّة والمفاهيم المستخدمة لتناول أي قضيّة من القضايا الإنسانيّة والإجتماعيّة المعاصرة. وفي هذا الزمن الذي نعيش فيه مجموعة من الانقلابات والتغيرات الأساسية، الفكريّة والعلميّة والسياسيّة والإجتماعيّة والإقتصادية والثقافيّة..، بات من الملح إعادة النظر في المصطلحات واستخداماتها المختلفة، لا سيما مع وجود فجوة معرفيّة كبيرة في هذا الخصوص بين العالمين العربي والغربي.

من هنا برزت فكرة هذا المشروع البحثي الجماعي، الذي يهدف إلى توفير مرجع يسد حاجات الباحثين النظريّة، ويواكب التطورات التكنولوجيّة وآثارها اصطلاحيًا ولغويًا، ويؤسس لعمل أكاديميّ جماعيّ جديد من نوعه، نحن في أمس الحاجة إليه في الوطن العربي في مجالات العلوم الانسانيّة والاجتماعيّة. وقد حمل التطوّر التكنولوجي معه إلى المجال الإعلامي والإتصالي خصوصاً مجموعة من المستجدات، طالت المضامين والأساليب والأدوات والآليات الاعلامية والاتصاليّة، ومعها كل ما يتعلّق بالفكر الاعلامي الاتصالي والبحث العلمي المرتبط بوسائل الإعلام والإتصال واستخداماتها ورهاناتها.

لقد أعادت التطوّرات طرح المسائل النظريّة والمنهجية المرتبطة بعلوم الاعلام والاتصال، من النماذج والنظريّات، الى المصطلحات والمفاهيم، والمنهجيات البحثيّة، مما يتطلب جهدا بحثيا كبيرا من قبل النقّاد والمفكرين والباحثين العرب في هذا المجال.

ومع التطور السريع للعلوم الانسانية والاجتماعية في العالم، وجد الباحثون

العرب أنفسهم عالقين في فجوة معرفيّة عميقة، إن من حيث الأطر النظريّة العلمية أو من حيث المصطلحات اللغوية العربية المستخدمة في أعمالهم وأبحاثهم. تكنولوجيا جديدة، برامج ووسائط وشبكات وأنظمة رقميّة لم يكن لها سابق وجود، تتطلب كلها تحديد مصطلحاتها اللغويّة الخاصّة، وهي مستوردة من العالم الغربي حيث تم انتاجها والتعريف عنها، وحيث اختير لها مصطلحات غربيّة لا مقابل لها في اللغة العربيّة. فاضطر الباحثون والمستخدمون العرب الى التعبير عنها ونقلها الى اللغة العربية بصورة تلقائية وعشوائية، مما أنتج لغات تقنيّة عديدة ومصطلحات مختلفة للمعنى والمفهوم الواحد.

مستخدمون، طلاب، أساتذة، باحثون، اعلاميّون، عاملون في مجالات الاعلام والاتصال في العالم العربي، كلّهم يلمسون الحاجة الى الاتفاق قبل كل شيء على المفاهيم والمصطلحات باللغة العربيّة، لمواكبة تقنيّات العصر الحديث. وهذه هي مهمتنا كباحثين، وفي هذا المجال نحن مقصّرون الى حد كبير، مقصّرون في الانتاج العلمي البحثي في علوم الاعلام والاتصال، ومقصّرون في خلق الفرق البحثية ومراكز الأبحاث العربية العلميّة والأكاديميّة، وفي التفكير العلمي الجاد وطرح النظريات ومعالجة الاشكاليّات القائمة، والمساهمة في إنماء مجتمعاتنا..

لذلك أردنا أن يكون هذا المعجم سلسلة متواصلة من الجهود البحثية الجماعيّة بين مجموعة كبيرة من الأساتذة العرب المتخصّصين في علوم الاعلام والاتصال، يصدر منها مرّة في كل سنة على الأقل عدد جديد محدّث يتم اعتماده في المختبرات البحثية في جامعات العالم العربي، يعيد النظر في التعريفات والمفاهيم البحثيّة بناء على كل جديد يطرأ في هذا المجال، وعلى آراء وملاحظات وتصويبات واضافات الزملاء الباحثين في كل مجالات العلوم الانسانيّة والاجتماعيّة.

نأمل أن يشكّل هذا المعجم المتسلسل أداة معرفيّة تساعد أي متعلّم أو باحث على الاندماج في المجتمعات العلميّة العالميّة، من وحدات ومختبرات بحثيّة،

ومواكبة التطور المعرفيّ والعلميّ العالمي، وفي مجال علوم الاعلام والاتصال خصوصا.

والجزء الأول من هذا المعجم يحاول أن يحصر أهم المصطلحات البحثيّة المرتبطة بالاتصال، وبعلوم الاعلام والاتصال، ويشرح مفهومها الحديث ومسار تطوّره. وهذه المصطلحات مرتّبة بالترتيب الأبجدي حسب المصطلح باللغة العربيّة، ومترجمة إلى اللغتين الفرنسيّة (بالخط المائل) والانكليزية، وقد استخلصت من الكتب البحثيّة العربية والغربيّة التي ورد فيها استعمال لها.

وقد تم هذا العمل بالتواصل مع المختبرات البحثيّة العربيّة والعالميّة، وبتشكيل فريق من الأساتذة من معظم الدول العربيّة (وردت أسماؤهم في مطلع الكتاب)، ساهموا في ترجمة المصطلحات الأساسيّة من اللغة العربية الى الفرنسيّة أو الانكليزيّة، ومصطلحات أخرى من الأجنبيّة الى العربية بناء على مفاهيم محدّدة باللغة الأجنبيّة، فقمنا بعدها بتوحيد الترجمة حسب نسبة التكرار، واعتمدنا ما نراه مناسبا من تعريفات، وأرفقنا بعض المصطلحات الأساسيّة بنبذة تاريخيّة عن نشأة وتطوّر المفهوم (مشار اليها بـــ ¤) مستندين على المراجع والمصادر الأساسيّة (المشار اليها).

نتوجّه بالشكر والتقدير الى الأساتذة الزملاء، الذين لم يترددوا في المشاركة في الترجمة، أو تقديم اقتراحاتهم ومساهماتهم، وأخص بالشكر الأساتذة الواردة أسماؤهم في لائحة المشاركين في المشروع والذين سيواصلون المشوار معنا في الأجزاء القادمة. كما أتوجّه بالشكر الى الباحث المتميّز عبد الكريم شين الذي آمن بأهميّة هذا العمل وبذل جهدا كبيرا لمساعدتي في إنجازه.

د. مي العبدالله

2012 - 12-12

معجم المفاهيم الحديثة في الاعلام والاتصال

1 ـ أبجدية رقمية -*Alphanumerical Alphabet- numérique

أبجدية جديدة تتألف من أحرف وأرقام ورموز رياضية، تستخدم لابتكار واختصار كلمات وعبارات أو جمل بأكملها، حيث تدمج الأحرف مع الرموز والأرقام، بدل كتابة الكلمة أو العبارة كاملة. وتعد هذه اللغة من سمات لغات الدردشة (المحادثة) والرسائل النصية القصيرة ومختلف أنواع الاتصالات الرقمية، مثل: 2DA=اختصار كلمة اليوم وGR8=اختصار كبيرة أو عظيمة..

2 ـ إبداع* Creativity - Créativité

إحداث شيء على غير مثال سابق، وهو العملية العقلية التي يستطيع الفرد من خلالها الوصول إلى أفكار أو انتاجات جديدة، أو إعادة ربط أفكار وانتاجات موجودة بطريقة جديدة مبتكرة.

ويعبر هذا المصطلح في حد ذاته عموما، عن نظرة الانسان لأي ظاهرة كانت بأسلوب جديد، فالإبداع يتطلب القدرة على الإحساس بوجود مشكلة تتطلب المعالجة، ومن ثم القدرة على التفكير بشكل مختلف ومبتكر لإيجاد الحل أو الحلول المناسبة.

أما الإبداع العلمي في مجال الاعلام والاتصال، فهو تأسيس حقائق علمية تتميز بالاضافة والتقدم، وهذا المطلب لا نرى تحققا له إن لم يكن هناك استقلال عن الفكر الابداعي في العلوم الأخرى.

كما أن الإعلامي يمتلك اليوم مع تطور تقنيات الاتصال سلطة وقوة كبيرتين في عملية تشكل الرأي العام، وبالتالي مسؤولية كبيرة في تكوين قرارات ومواقف الجمهور. وهذا ما يجعل الابداع في الاعلام والاتصال ضرورة أساسية، ونعني به الابداع في الأفكار الجديدة المتعلقة بالمواضيع والمضامين والبرامج الموجهة للجمهور العالمي الجديد، والأساليب المبتكرة في تحرير وتقديم المادة الاعلامية، والاحتفاظ بالشخصية الذاتية وتجاوز تحديات النقل والتقليد التي أوجدتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة.



نيكولاس مالابرانش

Nicolas Malebranche (1638-1715)

¤ خلص التعريف اللغوي إلى أن مفهوم

الإبداع أو الخلق هو إنشاء الشيء، أو استحداث له انطلاقا مما هو موجود مسبقا، أو له علاقة بالوجود.

في اللغة الأجنبية، الإبداع "création" بالفرنسية،



رينيه ديكارت

Réne Descartes (1650-1596)

وباللاتينية "cratio" و"créationisme" ترادف مع مفهوم الخلق. فلفظة خلق في الديانة اليهودية والمسيحية تعني إقامة الله للعالم من عدم، ومثل هذه الفكرة كانت غريبة عن الفلسفة اليونانية.

وتحدد معناها عند بعض الكتاب مثل ديكارت (Descartes 1596 - 1650) ومالبرانش Malebranche (1638 - 1715) بالخلق المستمر أو المتواصل: الفعل الذي يحفظ الله به العالم كما أوجده في البداية.

والحديث جرى في بعض الميادين عن الخلق عندما يتعلق الأمر بإنتاج شيء جديد بواسطة مواد موجودة مسبقاً، كما في ميدان الفن. ففكرة "الخلق الفني" تستجيب لطموحات بعض الرسامين أو الكتاب مثل بودلير Baudelaire الذي يتصور الشاعر على أنه المنافس الحقيقي لله.

والنزعة الخلقية "créationisme" هي النظرية التي ترتكز أساسا على التفسير الحرفي بلا تخيل، وبذلك فهي ترفض كل تطور للأجناس: منذ آلاف السنين كل شيء خلقه الله كان منفصلا وأكثر أو أقل تزامنا. وتتعارض النزعة الخلقية بشكل واضح مع النزعة الداروينية وبصفة عامة مع المفاهيم المعاصرة الأنتروبولوجية لما قبل التاريخ: إنها تنفي كذلك تشكيل الكرة الأرضية منذ أربع مليارات ونصف سنة، وفعالية المناهج العلمية التي تؤرخ للحفريات أو الفائدة التي تقدمها من أجل فهم أصل الجنس البشري.[1]

3 ـ ابستمولوجيا* Epistemology- Epistémologie

دراسة نقدية لمبادئ العلوم وفرضياتها ونتائجها بغية تحديد أصلها المنطقي، وقيمتها ومداها الموضوعي.

1- Nicolas Malebranche, John Cottingham, ed. Dialogues on Metaphysics (Entretiens sur la métaphysique, 1688), in Western Philosophy, An Anthology, Dialogue III, Blackwell, N.Y 1996, pp. 155–156

وينقسم هذا المصطلح إلى كلمتين، الكلمة اليونانية «Epistème" التي تعني المعرفة العلمية، و«Logos» أي العلم، وبالتالي فإن كلمة «إبستمولوجيا» تعني علم المعرفة أو نظرية المعرفة. وتعني كذلك فلسفة العلوم، أي الدراسة النقدية لمبادئ العلوم وفرضياتها ونتائجها بغية تحديد بعدها المنطقي، وقيمتها ومداها الموضوعي.

ومن المعقول ترجمته بعبارة "نقد العلوم"، باعتبار النقد إيضاحاً تقويمياً يصدر حكماً في أمر، بما له وما عليه معاً. لكن من الأفضل الحفاظ في اللغة العربية على اللفظة بصيغتها الأجنبية بوجه الإطلاق: الإبستمولوجيا نقد للعلم أكثر منها علم للعلم، فالتعريف الأخير ينزع عنها صفتها الفلسفية، وكذلك فإن نظرية العلم تبدو حطاً من قدرها الفلسفي، إذ تلحقها بالعلم ولا تبدو كما هي عليه فعلاً، رؤية فلسفية وليس نظرية فحسب للعلم.

¤ ارتبطت اشكالية المصطلح بعدم القدرة على إيجاد الفواصل أو الحدود النهائية بين الإبستمولوجيا والعديد من المجالات كالميتودولوجيا **Science des méthodologies** (علم المناهج) أو الكريتيريولوجيا **critériologie** (علم المعايير).

فكل فلسفة تنطوي على بعض تصور للمعرفة، كفلسفة أفلاطون الذي عرض منذ وقت بعيد نظرية عن العلم بالمعنى الواسع. ففي القرن الثامن عشر، وبعد الدفع الذي حققه غاليله Galilée، وهو دفع حاسم، غدا العلم غير مستقل استقلالاً كافياً عن الفلسفة. وكذلك الحال لدى نيوتن Newton و ديكارت Descartes، إذ كان العلم يُعرض بعنوان "مبادئ الفلسفة" واستمرت عبارة "الفلسفة الطبيعية" حتى نهاية القرن التاسع عشر للدلالة على الفيزياء[1].

حوالى سنة 1900، نمت الحركة الكبيرة المسماة "نقد العلوم" كانتقاد موجه ضد الحقيقة العلمية المطلقة، فتناولت طبيعة القوانين، ونظريات الفيزياء. وقد كانت " أزمة الأسس" التي انطلقت من متناقضات الفئات ترغم علماء الرياضيات مثل برتراند رسل Russel في انكلترا على التساؤل، هم أنفسهم، عن مبادئ علمهم. وباجتماع الكفاءة العلمية مع التفكير الفلسفي، وجدت الإبستمولوجيا نفسها وقد تكونت بوصفها مبحثاً أصيلاً.

في مقدمة كتاب "منطق الاكتشاف العلمي" (1958) اعتبر بوبر Poper أن المشكلة المركزية في الابستمولوجيا كانت وتبقى مشكلة نمو المعرفة، والسبيل الأفضل لدراستها هي دراسة نمو المعرفة العلمية. من جهته رأى بياجيه Piaget أن الخطأ العقيم الذي ارتكبه الفلاسفة يكمن في نظرتهم إلى المعرفة كواقعة نهائية وليس كسيرورة، وقد ذهب إلى أن جميع القضايا العلمية

1 ـ أنظر: مهدي فضل الله، فلسفة ديكارت ومنهجه، ط3، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت 1996

شارل بودلير

Charles Baudelaire 1864

قابلة للمراجعة والتصحيح، ويوافقه على هذه الفكرة باشلار Bachelard اذ اعتبر أن العلم هو تاريخ تصحيح أخطاء العلم. وبالتالي فالمنهج التكويني في الإبستمولوجيا يستلزم النظر إلى المعرفة من زاوية تطورها في الزمان كتكوين من ناحية، وباعتبارها لم ولن تكتمل من ناحية أخرى، وهذا ما سماه باشلار «الفلسفة المفتوحة».[1]

4 ـ اتجاه* A trend- Tendance

ميل مستقر إلى حد كبير، يحمل مجموعة من المشاعر والعواطف والأفكار والمفاهيم ذات الأبعاد المتعددة، للاستجابة بطريقة متسقة لبعض الأمور، والمواقف، والأفراد والجماعات.

والانسان بطبيعته له ميول ذاتية ناتجة عن تفاعل مجموعة من العوامل التربوية والوجدانية والاجتماعية تساهم في تشكل مواقفه ازاء القضايا والأحداث والأفراد، وهذه الميول هي ما نسميه الاتجاهات.

المهنية في الاعلام تقتضي تجاوز هذه الميول لأن الاعلامي مسؤول الى حد ما عن مواقف وآراء الأفراد والجماهير التي يؤثر فيها ويوجهها. لكن الاعلاميين اليوم هم خاضعون

1 ـ Voir: Dominique Lecourt, Bachelard, Epistémologie, textes choisis (1971), PUF, 6e édition, Paris 1996.



مدرسة اثينا: لوحة مفصلة لرافائيل تمثل مختلف المدارس الفلسفيّة في العصور اليونانية القديمة

L'école d'Athènes (détail d'une fresque de Raphaael), représentant les différentes écoles de L'Antiquité grecque

لاتجاهات المؤسسات والجماعات التي ينتمون اليها ازاء الأحداث والقضايا والأفراد، وهذه الاتجاهات هي التي تحدد وتتحكم بتكون السياسات الاعلامية والاتصالية. وتأتي وسائل الاتصال الحديثة لتقدم فرصا جديدة أمام جميع الجماعات والأفراد للتعبير عن اتجاهاتهم والمشاركة بحرية في عملية الاتصال بعيدا عن ضغط هذه السياسات.

¤ اعتبر المفكر الإنجليزي هربرت سبنسر **Spencer** من أوائل علماء النفس الذين استخدموا مصطلح الاتجاهات. فهو الذي قال إن الوصول إلى الأحكام الصحيحة في المسائل المثيرة للجدل يعتمد إلى حد كبير على الاتجاه الذهني للفرد الذي يصغي إلى هذا الجدل أو يشارك فيه. كما اعتبر المفكر الأمريكي جوردون ألبورت **Allport** أن مفهوم الاتجاهات هو أبرز المفاهيم وأكثرها إلزاماً في علم النفس الاجتماعي الأمريكي المعاصر والدراسات التجريبية. ويرجع ألبورت سبب شيوع هذا المصطلح إلى العوامل التالية:

- أن هذا المصطلح لا ينتمي إلى أي من المدارس البسيكولوجية التي كان يسود بينها النزاع، وأهمها مدرسة الغرائز السلوكية ومدرسة الجشطالت. وعليه فمن الطبيعي أن يتلقفه غالبية علماء النفس الذين كانوا يقفون خارج هذه المدارس.
- أن هذا المصطلح يساعد المتبني له لأن يتهرب من مواجهة مشكلة البيئة الوراثية التي كان الجدل حولها محتدماً طوال العقدين الثالث والرابع من القرن العشرين.
- أن لهذا الاصطلاح قدرا من المرونة، يسمح باستخدامه في نطاق الفرد وعلى نطاق الجماعة. وقد استخدم فعلاً في كل من هاتين الوجهتين، مما جعله نقطة التقاء بين علماء النفس وعلماء الاجتماع تتيح لهم المناقشة والتعاون في البحث.
- الرغبة الملحة لدى علماء النفس بوجه عام، وخصوصاً في أمريكا في أن يتمكنوا من استخدام المقاييس في دراستهم. فالقياس في أذهان الكثيرين هو الذي يجعل البحث جديراً بأن يسمى بحثاً علمياً.



هارولد لازويل

Harold Lasswell (1902-1978)

وعرف ألبورت الاتجاه بأنه حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي والنفسي، تنتظم من خلال خبرة الشخص، وتكون ذات تأثير

توجيهي أو دينامي على استجابة الفرد لجميع المواضيع والمواقف التي تستثير هذه الاستجابة، ما يعني أن الاتجاه هو الحالة الوجدانية القائمة وراء رأي الشخص أو اعتقاده فيما يتعلق بموضوع معين، من حيث رفضه لهذا الموضوع أو قبوله و درجة هذا الرفض أو القبول.[1]

وعرف بوجاردس Bogards الاتجاه بأنه ميل الفرد الذي ينحو سلوكه تجاه بعض عناصر البيئة أو بعيداً عنها متأثراً في ذلك بالمعايير الموجبة أو السالبة، تبعاً لقربه من هذه أو بعده عنها.

وأشار بوجاردس إلى مستويين للاتجاه هما: أن يكون لحظياً، أو قد يكون ذا أمد بعيد. التأهب المؤقت أو اللحظي ينتج بطبيعة الحال من التفاعل اللحظي بين الفرد وعناصر البيئة التي يعيش فيها،ويمثل ذلك،اتجاه الجائع نحو الطعام في لحظة إحساسه بالجوع وينتهي هذا التهيؤ الموقت بمجرد إحساس الجائع بالشبع.

ويتميز التهيؤ ذو المدى الطويل بالثبات والاستقرار، مثل اتجاه الفرد نحو صديق له، فهو ثابت نسبياً. وعليه فالاتجاهات هي حصيلة تأثر الفرد بالمثيرات العديدة التي تصدر عن اتصاله بالبيئة وأنماط الثقافة، والتراث الحضاري للأجيال السابق، كما أنها مكتسبة وليست فطرية[2].

---

1 ـ مي العبدالله، الدعاية وأساليب الاقناع، دار النهضة العربية، بيروت 2006، ص.119.

2 ـ عبد الرحمن محمد العيسوي، الحرب النفسية والدعائية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت 2004، ص ص. 249-235.

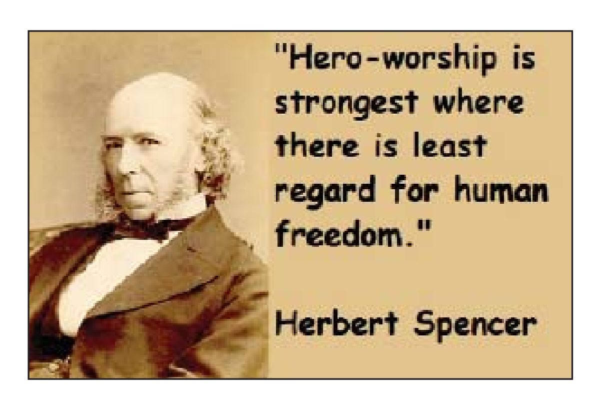
5 ـ اتجاه ايجابي* Positive trend- Tendance positive

اتجاه ينحو بالفرد نحو شيء ما، مثل ميل نحو فن من الفنون أو الأعمال الراقية والمحبذة.

6 ـ اتجاه جماعي* Collective trend- Tendance collective

اتجاه مشترك بين عدد كبير من الناس، فإعجاب الناس بالأبطال اتجاه جماعي. واذا ارتبط بمرحلة زمنية معينة يحمل معنى الموجة **courant**.

7 ـ اتجاه سري* Secret trend- Tendance secrète



"نزداد عبادة الأبطال حيث الاهتمام بحرية الانسان" ـ هربرت سبنسر

Herbert Spencer 1924

اتجاه يحاول الفرد إخفاءه عن الآخرين ويحتفظ به في قرارة نفسه، بل ينكره أحياناً حين يسأل عنه.

8 ـ اتجاه سلبي* Negative trend- Tendance négative

اتجاه يجنح بالفرد بعيداً نحو شيء آخر، مثل ميل شخص معين نحو آفة من الآفات كالإدمان أو السرقة.

9 ـ اتجاه ضعيف* Weak trend- Tendance faible

اتجاه يتمثل في الوقوف من هدف الاتجاه موقفاً ضعيفاً خانعاً مستسلماً، فالفرد يفعل ذلك لأنه لا يشعر بشدة الاتجاه كما يشعر بها الفرد في الاتجاه القوي.

10 ـ اتجاه عام* Global trend- Tendance globale

اتجاه ينصب على الكليات. وقد دلت الأبحاث التجريبية على وجود الاتجاهات العامة، مثل الاتجاهات الحزبية السياسية التي تتسم بصفة العموم. ويلاحظ أن الاتجاه العام هو أكثر شيوعاً واستقراراً من الاتجاه النوعي.

11 ـ اتجاه علني* Shared trend- Tendance partagée

اتجاه لا يجد الفرد حرجاً في إظهاره والتحدث عنه أمام الآخرين. فهو ميل معلن ومصرح به يعرفه الجميع.

12- اتجاه فردي* Individual trend- Tendance individuelle

اتجاه يميز فرداً عن آخر، فهو خاص بالشخص صاحب الميل، فمثلا إعجاب الإنسان بصديق له اتجاه فردي.

13 ـ اتجاه قوي* Strong trend- Tendance forte

اتجاه يبدو فيه موقف الفرد من هدفه موقفاً حاداً لا رفق فيه ولا هوادة، فالذي يرى المنكر ويغضب ويثور ويحاول تحطيمه، إنما يفعل ذلك لأن اتجاهاً قوياً حاداً يسيطر على نفسه.

14 ـ اتجاه نفسي اجتماعي* Psycholosociogical trend - Tendance psychosociologique

هو تكوين رأي ما، لا يُكْتسب بل تحدده المعايير الاجتماعية العامة التي ينقلها الأطفال عن آبائهم دون نقد أو تفكير، فتصبح جزءاً نمطياً من تقاليدهم وحضارتهم يصعب عليهم التخلص منها.

¤ حدد العلماء عدة عوامل يشترط توافرها لتكوين الاتجاهات النفسية الاجتماعية نذكر منها[1]:

- قبول نقدي للمعايير الاجتماعية عن طريق الإيحاء: يعتبر الإيحاء من أكثر العوامل شيوعاً في تكوين الاتجاهات النفسية، ذلك أنه كثيراً ما يقبل الفرد اتجاهاً ما دون أن يكون له أي اتصال مباشر بالأشياء أو الموضوعات المتصلة بهذا الاتجاه. ويلعب الإيحاء دوراً هاماً في تكوين هذا النوع من الاتجاهات، فهو أحد الوسائل التي يكتسب بها المعايير السائدة في المجتمع دينية كانت أو اجتماعية أو خلقية أو جمالية، فإذا كانت النزعة في بلد ما ديمقراطية فإن الأفراد فيه يعتنقون هذا المبدأ.

1 ـ مصطفى سويف ، مقدمة لعلم النفس الاجتماعي، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة 1975، ص.329.

- تعميم الخبرات: العامل الثاني الذي يكون الإنسان من خلاله اتجاهاته وآراءه هو تعميم الخبرات، فالإنسان دائماً يستعين بخبراته الماضية ويعمل على ربطها بالحياة الحاضرة، فالطفل مثلاً يدرب منذ صغره على الصدق وعدم الكذب أو عدم أخذ شيء ليس له، أو احترام الأكبر منه عمراً..الخ. والطفل ينفذ إرادة والديه في هذه النواحي دون أن يكون لديه فكرة عن أسباب ذلك، ودون أن يعلم أنه إذا خالف ذلك يعتبر خائناً وغير آمن. ولكنه عندما يصل إلى درجة من النضج يدرك الفرق بين الأعمال الأخرى التي يوصف فاعلها بالخيانة، وحينما يتكون لديه هذا المبدأ يستطيع أن يعتمده في حياته الخاصة والعامة.
- تمايز الخبرة: إن اختلاف وحدة الخبرة وتمايزها عن غيرها، يبرزها ويؤكدها عند التكرار، لترتبط بالوحدات المشابهة فيكون الاتجاه النفسي، ونعني بذلك أنه يجب أن تكون الخبرة التي يمارسها الفرد محددة الأبعاد واضحة في محتوى تصويره وإدراكه حتى يربطها بمثلها فيما سبق أو فيما سيجد من تفاعله مع عناصر بيئته الاجتماعية.
- حدة الخبرة: لا شك أن الخبرة التي يصاحبها انفعال حاد تساعد على تكوين الاتجاه أكثر من الخبرة التي يصاحبها مثل هذا الانفعال، فالانفعال الحاد يعمق الخبرة ويجعلها أعمق أثراً في نفس الفرد وأكثر ارتباطاً بنزوعه وسلوكه في المواقف الاجتماعية المرتبطة بمحتوى هذه الخبرة، وبهذا تتكون العاطفة عند الفرد وتصبح ذات تأثير على أحكامه ومعاييره.

15 ـ اتجاه نوعي* Particular trend- Tendance particulière

اتجاه ينصب على النواحي الذاتية، وتسلك الاتجاهات النوعية مسلكاً يخضع في جوهره لإطار الاتجاهات العامة. وبذلك تعتمد الاتجاهات النوعية على العامة وتشتق دوافعها منها.


اتصالات
Communications

16 ـ إتصال* - Communication

Communication

التعبير والتفاعل من خلال بعض الرموز، من أجل تحقيق هدف معين، وتنطوي على عنصر القصد والتدبير.

¤ هذه الكلمة مشتقة من الأصل اللاتيني **Communis** بمعنى المشاركة وتكوين العلاقة. كما يرجع البعض هذه الكلمة إلى الأصل **Common** بمعنى عام أو مشترك. وفي اللغة العربية ترجع إلى الفعل اتصل، والإسم يعني المعلومات المبلغة أو الرسالة الشفوية، أو تبادل الأفكار والآراء والمعلومات، عن طريق الكلام أو الإشارات والرموز.

وهو اليوم بمثابة فعل ورد فعل، عكس مفهوم الإعلام القديم الذي هو فعل لا ينتظر رداً عليه، ففي العملية الإتصالية رد الفعل يكون بمثابة الاستجابة تترجمها التغذية الراجعة أو رجع الصدى.

17 ـ اتصال الأزمات* ـ Crisis communication

Communication de crise

مجمل الآليات الاتصالية التي يتم وضعها للرد على تغير مفاجئ للرأي العام تجاه صورة مؤسسة أو إدارة ما غالباً ما تتناقله وتغذيه وسائل الاعلام والاتصال، أو قد يأخذ بعدا استباقيا، يتم من خلاله وضع خطط بديلة في حال الأزمات، وما ينبغي على المؤسسة أو المنظمة اتخاذه من قرارات، تترجم في سلسلة خطوات ونشاطات اتصالية قبل أثناء وبعد الأزمة المفترضة والمتوقعة مستقبلاً.

18 ـ اتصال شبكي

Cybercommunication*ـ

Cybercommunications

كل نوع من أنواع الإتصال الذي يأخذ مكانه على شبكة الأنترنت. والمصطلح هو الاسم المختصر لنظام الاتصال الصوتي والتراسل عبر بروتوكول الانترنت Voice Over Internet Protocol وتسمى أيضاً IP Telephony.

¤ مرت البشرية منذ بدء الخليقة، بمراحل تطور بالغة الأهمية، تغيرت خلالها لغة الاتصال بين الناس، من عصر الرموز والعلامات والإشارات، إلى عصر اللغة المنطوقة والتخاطب، ثم وصلت لعصر الكتابة اليدوية البدائية، قبل أن



الوسائط المتعددة
Multimedia

يعرف العالم الطباعة ويدخل منها إلى عصر الاتصال الجماهيري بدءاً بالصحافة الورقية، ثم الصحافة المسموعة والمرئية التي عرفت في بدايات القرن العشرين، مع اكتشاف السينما، وأجهزة الاتصال السلكية واللاسلكية، تمهيداً للوصول بالعالم إلى مرحلة الاتصال التفاعلي، من خلال الانترنت، والصحافة الالكترونية.[1]



الهواتف الأولى

Les premiers appareils téléphoniques

19 ـ اتصال إقناعي

Communisuasion-Communisuasion*

الاتصال الذي يسعى إلى الإقناع أو يحاول أن يقدم اقتراحات وحلولاً قصد إحداث التأثير الذي يترجمه تغيير في الأفكار أو السلوك أو المواقف والآراء.

20 ـ اتصال جماهيري* - Mass communication

Communication de masse

عملية الاتصال التي تتم باستخدام وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية، ويتميز في قدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات، وإلى أفراد غير معروفين للقائم بالاتصال، تصلهم الرسالة في نفس اللحظة وبسرعة مدهشة، وبتأثير كبير خصوصا مع تطور تقنيات هذه الوسائل.

¤ في علوم الاعلام والاتصال يختصر مصطلح "اتصال" كل معاني الاعلام والتواصل والارسال والاستقبال والتبادل والتفاعل، وقد حملت الكلمة هذه المعاني مع تطور وسائل الاعلام ووسائل التواصل الانساني التي أعطت بعداً جديدا لمفهوم الاعلام (من أعلم) وأضافت إليه مفهوم الاتصال (من اتصل وتواصل) بإعطاء الأهمية لدور المتلقي ولاستمرار العملية بشكل دائري بين المرسل والمتلقي.

بالتالي، في المفهوم الحديث للاعلام يتمثل الاتصال في التفاعل بواسطة حركات أو صور أو لغة، أو شيء آخر يعمل كمنبه للسلوك، وهو يتم في مضامين إجتماعية معينة.

1- فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر المعاصر، بيروت 2002، ص ص. 15 - 23.

21 ـ اتصال جماعي*

Group Communication ـ

Communication de groupe

الاتصال الذي تنتقل فيه الرسالة من فرد واحد إلى عدد من الأفراد، ويمكن أن يكون في شكل محاضرة أو حديث عام أو خطبة أو كلمة عامة . وما يميز الاتصال الجماعي هو كونه يحمل صبغة رسمية، إضافة إلى الالتزام بقواعد اللغة ووضوح الصوت، حتى تصل الرسالة دون أي عائق.

22 ـ اتصال ذاتي*ـ

Personal communication

Communication personnelle

الاتصال الذي يتم بين الفرد وذاته، أي عن طريق الاتصال الداخلي مع الذات، عند التفكير والتخيل والحلم الإرادي، وفي أوقات التعبير عن الرأي أو أخذ القرار. وهذا النوع من الاتصال يتركز في داخل الإنسان وحده، فيكون هو المرسل والمستقبل في الوقت ذاته، وهو نفسه الذي يصدر رجع الصدى عندما يقلب المرء الأفكار والمشاعر يقبل الأفكار أو يرفضها أو يستبدلها بغيرها.

23 ـ اتصال غير لفظي* Non verbal communication - Communication non verbale

الاتصال الذي لا يعتمد على اللفظ، بل على الإشارات والحركات، التي يمكن أن يستخدمها الفرد من أجل نقل آرائه و أفكاره لشخص آخر، أو لمجموعة من الناس، فيصبح الطرفان مشتركين في الخبرة المنقولة.

24 ـ اتصال غير مباشر*

Indirect communication -

Communication indirecte

الاتصال الذي يتم بواسطة وسيلة معينة، بحيث تكون وسيلة الاعلام والاتصال بمثابة الوسيط بين المرسل والمستقبل، كالإذاعة والتلفزيون والصحف والانترنت وغيرها من وسائل الاتصال والتواصل.

25 ـ اتصال لفظي*

Verbal communication -

Communication verbale

كل اتصال يستخدم فيه اللفظ المنطوق كوسيلة لإيصال مضامين الرسائل من المرسل إلى المستقبل، فتصل هذه اللغة اللفظية إلى مستقبل الرسالة فيدركها بالسمع، ويمكن أيضا أن يكون اللفظ مكتوبا فيقرأه المستقبل.

26 ـ اتصال مباشر*

Direct communication - Communication directe

الاتصال الذي يتخذ شكل مواجهة الناس بصفة مباشرة، سواء أكانوا أفرادا أو مجموعات، عن طريق اللقاء أو المقابلة أو المؤتمرات أو الاجتماعات، أو المحاضرات..

27 ـ اتصالات سلكية ولاسلكية*

Telecommunications - Télécommunications

باستخدام كلمة الجمع "الاتصالات" ينحصر المفهوم في استخدام الوسائط الكهرومغناطيسية للاتصال، في حين أن مفهوم "الاتصال" هو أوسع من هذه الوسائط ويشمل كل أنواع الوسائل الثقافية، وكل أنماط التواصل الانساني كالاتصال المباشر وغير المباشر، والعلاقات الاجتماعية على أنواعها.

- ¤ عرفها الاتحاد الدولي للاتصالات السلكية واللاسلكية على أنها عمليات تساعد المرسل على إرسال المعلومات بأي وسيلة من وسائل النظم الكهرومغناطيسية، من تلفون أو فاكس أو تلكس أو بث إذاعي أو تلفزيوني أو غير ذلك. وقد دخل تحت عبارة (أو غير ذلك) ما حدث بعدئذ من الوسائل التي تمخضت عن ثورة الاتصالات ، مثل: الهاتف الجوال، والبريد الإلكتروني، والإنترنت، ونحو ذلك.

28 ـ إثارة* Provoke- Provocation

تلك الخاصية التي توجد في بعض الوقائع والأحداث وتكسبها جاذبية شديدة، فتعمل على لفت انتباه القارئ ومخاطبة بعض غرائزه، على غرار الجوانب المثيرة في الحوادث التي تتعلق بالجرائم والجنس والفضائح.

وتعتبر الإثارة العنصر الذي يقوم عليه عمل وسائل الإعلام والاتصال الحديثة، خصوصا البرامج المرئية والمسموعة التي تسعى لنشر كل ما هو مثير وتستخدم كل تقنيات الصورة للجذب والتأثير، ويمكن أن تبتعد عن الموضوعية وتتخطى الأخلاقيات المطلوبة في ممارسة مهن الإعلام والاتصال.



تم بناء نظام صاج (بنية أرضية ثانية) من قبل خدمة القوات الجوية في 1950 وتم العمل به بحلول عام 1953

The Sage System (Semi Aucomatic Groud Enviromment) was built by IBM for the Air Force in the 1050 and was operational by 1953

عندما يثير أمر ما اهتمام المتلقي فإنه يظل مشدوداً إلى معرفة التفاصيل والمزيد طالما يشعر بالإثارة النفسية، وتحت تأثير الإثارة يسمع ويقرأ ويشاهد جميع المعلومات الواردة إليه. وتصاغ المعلومات بشكل تسلسلي على هيئة قصة، ليشعر القارىء أنها جديدة وتنشر لأول مرة مثلاً، أو أنها جاءت في وثائق عثر عليها في مكان ما.

29 ـ إثارة البلبلة* - Provoke confusion

Provoquer la confusion

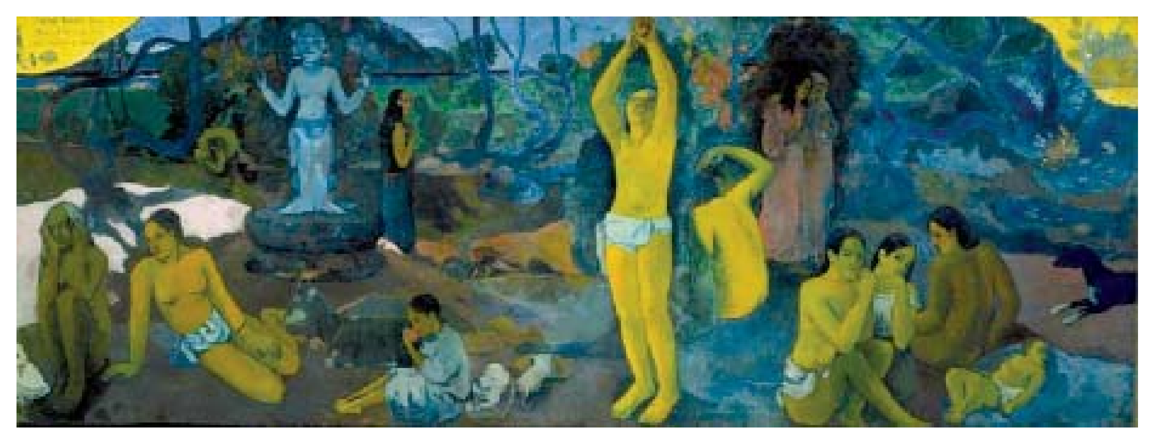
خلط الأمور من خلال تضارب الأنباء ونشر المعلومات والأخبار التي يكذب بعضها بعضاً في الزمن الواحد، أو التي تكون غير مؤكدة. ومن أهم موانع اتخاذ المواقف الحاسمة ضبابية الأوضاع واختلاط الأمور، وهذا ما تمارسه وسائل الإعلام المعادية لتحقيق مآربها.

30 ـ أثنوغرافيا الجمهور Audience Ethnography*-Observation participante

طريقة بحث ينضم فيها الباحث إلى مجموعة من الجمهور المحدد، من أجل مراقبة ردود أفعالهم حول ما تعرضه وسائل الإعلام، وهذا من خلال تغييرهم لقنوات الراديو والتلفزيون في فترة محددة من الزمن.

¤ الاثنوغرافيا من أقدم فروع المعرفة في علم الأنثروبولوجيا، تعود الى حين قام الأوروبيون بوصف القبائل والشعوب المحلية في أمركا وإفريقيا واستراليا واسيا، وأدواتهم وعاداتهم وتقاليدهم وكل ما يتصل بثقافاتهم المادية المختلفة، وسرعان ماتبنى الانثروبولوجيون هذه المعلومات واستخدموها في دراساتهم لتطوير المجتمع البشري.

من هنا صارت الاثنوغرافيا تعني الدراسة الوصفية لطريقة وأسلوب الحياة لشعب من الشعوب أو مجتمع من المجتمعات، وأصبح اصطلاح الاثنوغرافيا «Ethnography" في بريطانيا يعني البحوث الوصفية والتحليلية التي قام بها علماء الانثروبولوجيا البريطانيون حول الشعوب والأقوام البدائية التي درسوها دراسة ميدانية. وبالرغم من أن الاثنوغرافي



پول غوغان، "من أين أتينا؟ من نحن؟ الى أين نحن ذاهبون؟"

Paul Gauguin, D'où venons-nous ? Qui sommes-nous ? Où allons-nous ? (1897/98).

يهتم بالدراسة الوصفية للمجتمعات البدائية، والانثووبولوجي الاجتماعي يهتم بالتحليل البنائي أو التركيبي للمجتمعات البدائية، فإن هناك ارتباطا وتداخلاً وثيقاً بين هذين العلمين بخصوص الدراسات العلمية التي يقومان بها .

غير أنه في الولايات المتحدة الأمريكية لا توجد هناك علاقة وثيقة بين علم الاثنوغرافيا وعلم الانثروبولوجيا الاجتماعي بل توجد علاقة بين علم الاثنوغرافيا والاثنولوجيا . فالعالم "هيرز كوفنتر» Koftner رأى في كتابه "الإنسان وأعماله" بأن الاثنوغرافيا هي وصف للحضارات، وبحث مشاكل النظرية المتعلقة بتحليل العادات البشرية للمجتمعات الإنسانية المتباينة[1].

31 ـ احتمال* Probability - probabilité

أحد الخيارات المتاحة أمام تجربة أو حادثة غير محسومة النتيجة.

وفي الرياضيات تعبر كلمة الاحتمال عن قيمة عددية تدل على مدى تكرارية هذا الخيار عند تطبيق التجربة لمرات عديدة. وبهذا نعطي الخيار الأكثر حدوثا وتكرارا قيمة احتمال أكبر من الخيار الأقل حدوثا. تقوم الاحتمالات على عدد من الأسس أهمها:

- الاختيار: هو تجربة يمكن إجراؤها في كل مكان وزمان بنفس الظروف الذاتية والموضوعية بشرط أن نعرف كل النتائج المتوقعة مسبقاً.
- فضاء العينة: هو مجموعة كل النتائج المتوقع ظهورها.
- تجربة إلقاء حجر النرد مرة واحدة.
- الحدث: هو مجموعة جزئية من فضاء العينة. من هذه الأحداث نذكر: الحدث المستحيل والحدث الأكيد والحدث الابتدائي، الحدثين المتنافيين ....الخ.

32 ـ احصاءات* Statistics- Statistiques

مجموعة من الأساليب العلمية للقياس، بحيث يمكن توظيفها لجمع المعطيات، البيانات أو المعلومات عن الظواهر المختلفة، تبويبها، تلخيصها، تقييمها والخروج منها باستنتاجات حول مجموعة وحدات المجتمع، بإعتماد جزء صغير من هذا المجتمع.

والإحصاء نوعان هما الوصفي، الذي يمثل الطرق الرقمية أو الحسابية لجمع المعلومات والبيانات لتلخيصها، أو اختصارها وعرضها في الصور المناسبة، كالرسومات والجداول سواء من العينة أو المجتمع. والنوع الثاني هو الإحصاء الاستدلالي الذي يعنى بتحليل البيانات المتوافرة عن العينة كأساس لتحليل، ووصف بيانات المجتمع، من خلال أساليب التقدير، التنبؤ واختبارات الفروض.

8- راجع: يوسف مختار الأمين ، الأثنواركيلوجيا ـ الدراسة الآثارية للثقافة المادية المعاصرة ، منشورات دار القوافل، الرياض 2008 .

وهو أحد فروع الرياضيات ذات التطبيقات الواسعة، يهتم بجمع وتلخيص وتمثيل وإيجاد استنتاجات من مجموعة البيانات المتوفرة، محاولا التغلب على مشاكل مثل عدم تجانس البيانات وتباعدها. كل هذا يجعله ذا أهمية تطبيقية واسعة في شتى مجالات العلوم من الفيزياء إلى العلوم الاجتماعية وحتى الإنسانية، كما يلعب **دورا** في السياسة والأعمال.

وهو منهج أساسي من المناهج المستخدمة في الدراسات الميدانية في بحوث علوم الاعلام والاتصال، لا سيما البحوث المتعلقة بالاستخدامات والتأثيرات ودور وسائل الاعلام والاتصال في المجتمع. وهوعبارة عن مجموعة من الأساليب العلمية القياسية التي يمكن توظيفها لجمع البيانات أو المعلومات عن الظواهر، وتبويبها وتقييمها وتحليلها للخروج منها باستنتاجات خاصة وعامة. منها اختبارات، مربع كاي، معامل برسون... الخ.

33 ـ إحصاءات استقرائية* -Inductive statistics

Statistiques inductives

إجراء العلاقات التجريبية احصائيا، ويطبق خصوصا في الفيزياء والعلوم الطبيعية، وعلم الاجتماع وعلم النفس والاقتصاد. والعمل التجريبى في هذه الحقول ينتقل نموذجيا على قواعد التجارب أو مسوحات العينة التجريبية. والاستنتاج من العينة المحددة للتعميم على كامل المجتمع أو دقيق وصعب، والمتغير الأساسي يكون انعكاس التباين بين العينة وإجراء العينة.

34 ـ إحصاءات علمية* -Scientifical statistics

Statistiques scientifiques

اعتماد التحقيق العلمي، وفحص البيانات بتغير درجات المعلومات السابقة. ويطبق الإحصاء في كل مراحل العملية العلمية، حيثما الظواهر القابلة للقياس معقدة. هنا يكون المفهوم عاما بما فيه الكفاية لإحاطة تشكيلة واسعة من المقترحات العلمية المثيرة.

35 ـ إحصاءات وصفية* -Descriptive statistics

Statistiques descriptives

تنظيم وعرض البيانات في نماذج سهلة الوصول لا تتجاوز الحدود المعرفية للعقل الإنساني, ويتضمن قياسات الظواهر المتكررة، وخلاصة الإحصاءات المتنوعة، والمتوسطات المحسوبة بشكل رئيسي، وبيانات الأسطر، وكلها تعرض باستعمال الجداول والرسوم البيانية.

36 ـ اختبار -*Test -Test

الإجــراء المنظــم الــذي يتيــح ملاحظــة

سلوك الفرد أو مجموعة من الأشخاص، وهذا باستخدام وسائل ذات مقياس عددي أو نظام طبقي، أو حتى اختبار مدى صحة ودقة وثيقة أو استمارة، مثل ما هو الحال مع اختباري الصدق والثبات في استمارة الاستقصاء، بحيث تعرض هذه الاستمارة إلى أحد أنواع الإختبارات المعروفة لبيان مدى ثباتها وصدقها من أجل تطبيقها ميدانيا، وبالتالي الحصول على نتائج علمية (إلى حد ما).

وهو مجموعة من المثيرات تقدم للجهة الخاضعة للاختبار لاستخراج إجابات يعطى بناء عليها تقديرٌ عدديَ. كما يمثل أي إجراء لملاحظة سلوك ما وصفه بوسائل ذات مقياس عددي أو نظام طبقي.

37 ـ اختبارات إسقاطية* Tests Projective tests -projectifs

تقنيات نفسية- قياسية و لكنها تحدد موقفا نفسيا- دلاليا عند المفحوص الذي يستسلم لحلم متخيل انطلاقا من مادة مبهمة غير مبينة جيدا.

¤ أتى العلماء بالعديد من التصنيفات للاختبارات النفسية، أشهرها تصنيف هنري آي و عبد الحفيظ مقدم و ميشال قيديتي و قيرليه و قوتييه:

- التصنيف على أساس الوظيفة
- التصنيف حسب شروط الإجراء
- التصنيف حسب كيفية الأداء
- التصنيف حسب طبيعة مادة الاختبار.[1]

38 ـ اختبارات الشخصية*

Personality tests- Tests de la personnalité

الاختبارات التي تقيس نمط الشخصية وجانبها الانفعالي والوجداني والعاطفي والميول والاتجاهات.

39 ـ اختبارات القدرات العقلية*



اختبار إسقاطي

Herman Rorschach's famous inklot in the 1960s

Mental ability tests- Tests de capacité la mentale

الاختبارات التي تقيس درجة الذكاء والذاكرة والانتباه والتذكر وكل ما يخص الجانب العقلي

40 ـ إخراج* Realisation - Réalisation

يتحـدد مفهـوم مصطلـح الإخـراج بنـاء

1 ـ Voir: D. Anzieu, Les Méthodes projectives, P.U.F., Paris 1960, 14e éd. rev. 2004L.

على المجال المعني به، فالإخراج الصحفي يعني ترتيب الصحيفة أو الدورية أيا كانت في شكلها النهائي، فيضيف عليها المخرج لمسات فنية، بحيث تكون متممة وتلائم أذواق القراء. وبالتالي فالمخرج هو المسؤول في المقام الأول عن توزيع العناوين وترتيبها، حسب أهميتها، وهو أيضا المسؤول عن إختيار غلاف المجلة أو الصحيفة، لتظهر المجلة أو الصحيفة أو المطبوعة بمنظر جذاب يلفت نظر القارىء.

في حين يعد الإخراج الإذاعي والتلفزيوني عبارة عن توزيع البرنامج ككل، سواء تعلق الأمر بتحديد الفواصل الإعلانية، إختيار الضيوف، طريقة إدارة المذيع للحوار مع ضيوف البرنامج، ووضع البرنامج في شكله النهائي.

مع تطور تقنيات الصورة والصوت وكل امكانيات التلاعب بعمليات الانتاج، أصبح الاخراج عملية أساسية تتطلب مهنية عالية واحترافية وقدرة ابداعية، مع المعرفة المتقدمة بالتقنيات الحديثة، وأصبح يجمع بين عمليات التحضير وتقدير الميزانية وكل الاستعدادات الأولية، ومن بعد تأتي مرحلة التنفيذ، وتليها مرحلة الإنجاز.

41 ـ أخلاقيات وسائل الاعلام والاتصال - Déontologie des médias*Deontology of media

مجموعة القيم والمعايير التي يعتمدها



تصوير فيلم سوبرمان

Le tournage de Superman - 1963

الاعلاميون، للتمييز بين ما هو جيد وما هو سيىء، وبين ما هو صائب أو خاطىء، وبين ما هو مقبول أو غير مقبول، فهي تمثل مفهوم الصواب والخطأ في سلوكهم المهني. ولتحقيق ذلك يتم وضع ميثاق، يحدد هذه القيم والمعايير والمبادىء وقواعد السلوك والممارسة.

المواثيق الأخلاقية الاعلامية توفر إحساساً بالذاتية المهنية، وتشير إلى نضج المهنة، وهي تتيح للجماعة المهنية أن تعرف نفسها، وماذا يجب أن تقوم به. وهي تساهم في تشكيل صورة واضحة عن ممارسي المهنة، وتحدد ما يتوقعه منهم المجتمع.

والميثاق الأخلاقي يساعد على تحسين مستوى الأداء المهني، وتعزيز الإحساس الداخلي بالانتماء للمهنة، والحرص على كرامة الاعلامي وصورته لدى المجتمع.

وغالبية المواثيق الأخلاقية الإعلامية يقوم بصياغتها الإعلاميون أنفسهم، من خلال تجمعاتهم المهنية المختلفة، وذلك لتحقيق الأهداف الآتية:

- تحسين نوعية المضمون الذي تقدمه وسائل الإعلام.

- مواجهة أزمة المصداقية.

- تجنب إصدار قوانين تؤثر على حرية الإعلام.

- تحسين صورة وسائل الإعلام أمام الجمهور.

42 ـ أداة* Tool - Outil

وسيلة لتحقيق الهدف والوصول الى النتيجة المطلوبة.

وهي الجهاز الذي يتيح نقل مختلف المعلومات والأنباء، مثل أجهزة الراديو والتلفزيون والحاسوب وما يرتبط بها.

وفي البحث العلمي يعني من الناحية المنهجية الوسائل والطرق التي يتبعها الباحث لجمع البيانات والمعطيات الميدانية، مثل ما يتضمنه الإطار المنهجي في الرسائل والأطروحات كعناصر البحث، وتسمى أحيانا أخرى طرق جمع البيانات، كاستمارة الاستبيان، المقابلة وتحليل المضمون.

¤ في لغة الاعلام كان هذا المصطلح يستعمل لوصف مجلة حزب سياسي أو نقابة مهنية أو رابطة أو اتحاد أو أي منظمة من هذا النوع، توظف لتحمل الأخبار الرسمية للمنظمات التي تصدرها، أي أنها أدوات تستخدم بواسطة أصحابها، وهذا ما كانت تعنيه الكلمة اللاتينية **Organum.**

أصبحت وسائل الاعلام والاتصال الجماهيرية مع تطور تقنياتها وأساليبها ومضامينها، ومع توسع استخداماتها، الوسيلة الأهم للتأثير لدى أصحاب المصالح من أفراد وجماعات، وبالتالي باتت اليوم أداة أساسية من أدوات السيطرة على الرأي العام والتحكم به.

43 ـ إذاعة* Radio - Radio

البث المنظم والنشر للأخبار والبرامج والأغاني والتمثيليات والموسيقى وأي مواد إعلامية أخرى موجهة إلى الجمهور العام، ويتم استقبال هذه المواد في وقت واحد من قبل المستمعين بواسطة أجهزة استقبال للاشارات الصوتية عبر الأمواج الأثيرية والبث الرقمي الحديث.

ويجب التفريق بين الإذاعة المسموعة أي الراديو، والإذاعة المسموعة المرئية التي تعني التلفزيون. والإذاعة أنواع حسب المناطق الجغرافية التي تغطيها، فهي إما دولية، أو وطنية، أو إقليمية، أو محلية، وحسب ملكيتها حكومية أي عمومية أو خاصة، أو حسب محتواها شاملة منوعة، إخبارية،موسيقية،دينية...

وبذلك يصبح المصطلح يعبر عن خصائص فن قائم بذاته له مقوماته المادية وجمهوره، غير مقتصر على الراديو وتقنياته، وانما يشتمل على التلفزيون وكل أنواع النشر والبث الالكتروني، ويتم استبداله بمصطلح «النشر الالكتروني».

¤ من الشائع أن أقدم وسائل الاتصالات البشرية هو جهاز التلغراف الكهربائي في أواخر القرن التاسع عشر أو بالتحديد عام **1870.** وفي واقع الأمر، كان هناك وسيلتان قبل ظهور هذا الجهاز:

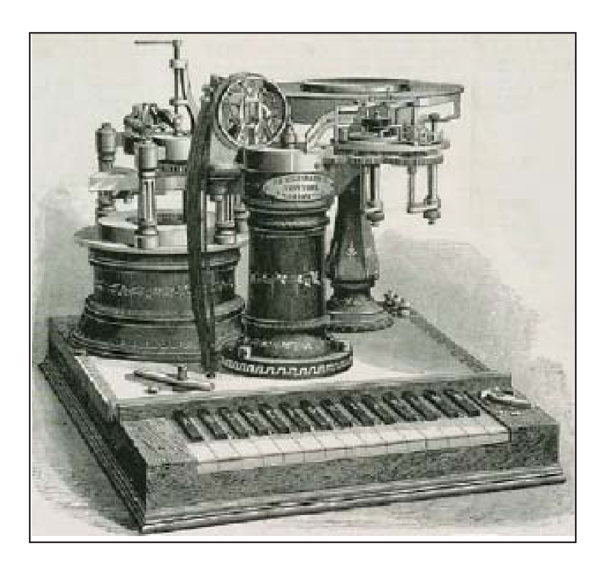
The Telegraph and the Information Revolution:
On May 24, 1844, Samuel Morse sent his famous telegraph message, "What hath God wrought?" from the U.S. Capitol to his assistant in Baltimore, Maryland.

التلغراف وثورة المعلومات في 24 مايو 1844، أرسل صموئيل مورس رسالته الشهيرة عبر التلغراف: "What hath God wrought?" من مبنى الكونجرس الامريكي لمساعده في بالتيمور، ميريلاند.

– ال «هيليو جراف» Heliographe وكان يستخدم لتبادل الرسائل وهي عن طريق استخدام الانعكاسات الضوئية لأشعة الشمس وقد اخترع هذا الجهاز منذ 2000 عام من قبل الإغريق وظل يستخدم طوال هذه السنوات حتى تم اختراع أجهزة الاتصالات اللاسلكية الكهربائية في بداية القرن العشرين.

– ال "سيما فور" Semaphore وكان يستعمل في شكل أساليب بدائية لتبادل الرسائل بين القبائل الهندية في شمال أمريكا، حيث أن التاريخ يذكر أن الهنود هم أول من اخترعوه وتم استعماله من قبل المهاجرين الذين توافدوا على أمريكا بعد ذلك، واستعملوه بصورة واسعة النطاق في حرب الاستقلال الأمريكية وبعدها، حتى انتشرت أجهزة التلغراف الكهربائية.

– F.C.C وهي اختصار "Federal Communication Commission" وهي منظمة أمريكية دولية تسيطر وتتحكم في الاتصالات البشرية، وكانت أهدافها في البداية تنظيم عملية الراديو على المجتمع وتنظيم عملية البرامج.



التلغراف بالمحرك الكهربائي
The electro-motor - 1850

بدأ البث الاذاعي بعد الحرب العالمية الأولى أي بعد مؤتمر فرساي، والإذاعة هي أقدم وسائل الاتصالات التي فتحت العلاقات

البشرية على مصراعيها[1].

44 ـ اذاعة قرصان* Pirate radio- Radio pirate

إذاعة تستخدم بطريقة غير شرعية موجة بث ما لبرامجها. وتكون غير شرعية قياسا لكون حق استعمال أمواج البث يمنح من طرف هيئة مخولة قانونيا.

45 ـ إذاعة خليوية- Cellular radio Radio cellulaire*

الإذاعة التي تتلقى تردداتها وتعمل عن طريق الهاتف الخليوي، كما يسمح هذا النمط من الإستقبال لراديو السيارة بالتقاط ترددات الراديو أثناء انتقال السيارة من مكان إلى آخر.

46 ـ ارسال متعدد* Multiplex - Multiplexe

البث الإذاعي أو التلفزيوني المعد لتوصيل عدة مشاركين بعيدين جغرافيا عن بعضهم البعض يمكنهم التدخل كل بدوره أو في نفس الوقت.

ويمكن الجمع في نفس الوسيلة الرقمية بين عدة برامج إذاعية(أكثر من 30) أو تلفزيونية(بين 4 و6) وبثها معا في نفس الوقت.

47 ـ أرشيف* Archives - Archives

تحمل الكلمة معنيين، الأول هو المكان الذي تحفظ فيه الوثائق العامة وغيرها من الوثائق التاريخية الهامة، والثاني الوثائق والمستندات والملفات غير الجارية، التي يتم حفظها لأهميتها، ومن أجل الرجوع إليها إذا ما اقتضت الضرورة، أو من أجل دراستها. وتعد الوثائق الأرشيفية مصدرا مهما في الدراسات التاريخية.

¤ بمفهومه التقليدي، أطلق المصطلح على الوثائق غير الجارية التي يتم حفظها لقيمتها التاريخية، وتسمى أيضا ب«المحفوظات». وهذه الوثائق في أغلب الأحيان تكون جزءا من المعاملات الرسمية التي تحفظ للرجوع إليها بطريقة رسمية عند الحاجة لذلك، أو قد تكون التجمع المنظم للوثائق الناتج عن فعاليات الدوائر أو المؤسسات التي تقرر حفظها لأهميتها السياسية أو القانونية أو الشرعية.

ويعرف الأرشيف اليوم بأنه ذلك الجزء من المحفوظات الذي له قيمة إدارية أو تاريخية أو اقتصادية أو قانونية أو اجتماعية، وأودع في إحدى المؤسسات الأرشيفية أو حفظ في قاعد بيانات أرشيفية، حيث نظم بالشكل العلمي الذي يجعله صالحا للاستخدام من قبل الباحثين والمستفيدين[2].

1 ـ فرنسيس بال، مدخل الى وسائل الاعلام، ترجمة عادل بواري، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس 1996، ص ص7 - 8.

2 ـ أنظر: سالم عبود الألوسي ، محمد محجوب كامل ، الأرشيف تاريخه أصنافه إدارته ، الطبعة الأولى، دار الحرية للطباعة - بغداد 1979.

48 ـ أرشفة الكترونية - *Electronic archiving Archivage électronique

عملية تسجيل الوثائق الالكترونية على حوامل الكترونية. ويجب أن يسمح التسجيل باسترجاع المعلومة في شكلها الأصلي الوفي، بمعنى أن تكون مطابقة في كل شيء للمحتوى الأصلي.

والأرشَفة الإلكترونية هي عملية حفظ الوثائق التي لها قيمة إدارية أو تاريخية أو اقتصادية أو قانونية أو اجتماعية، باستعمال الحاسوب الالكتروني، وايداعها في إحدى المؤسسات الأرشيفية أو حفظها في قواعد بيانات، حيث تنظم بالشكل العلمي الذي يجعلها صالحة للاستعمال من قبل الباحثين والمستفيدين .

ويقصد بها أيضا تخزين البيانات والمعلومات على وسيط إلكتروني لمدة طويلة الأجل لأهميتها وندرتها، ولأسباب تاريخية وأمنية، واسترجاعها وقت الضرورة.

¤ شهد العقد الأخير من القرن العشرين تطورات عميقة وشاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال عبر الشبكات أتاحت الفرصة لربط أجزاء العالم، مما حتم على الكثير من المؤسسات والإدارات دخول العالم الرقمي من أوسع أبوابه من أجل البقاء، وإيصال الرسائل للعالم أجمع، واجراء العمليات والمهام بشكل أسرع. وشملت هذه التطورات جميع مجالات المكتبات والمعلومات بما في ذلك الأرشيف الذي مر بتطورات كثيرة من الصلصال إلى الورق وأخيرا إلى النظام الإلكتروني، حتى قيل أن أرشيف القرن الحادي والعشرين إلكتروني.

ولا تختلف مادة الأرشفة الإلكترونية عن الأرشفة التقليدية من حيث نوعية الوثائق المحفوظة ومدة الحفظ، ولكن الاختلاف يقع في إجراءات ومكان حفظ هذه الوثائق. فعلى سبيل المثال إن وثيقة طلب خدمة من إدارة حكومية معينة تحفظ مدة محددة في الدائرة المختصة ومن ثم في أرشيف الوزارة العام، وإذا اقتضت الضرورة تحول إلى الأرشيف الدائم، سواء كانت هذه الوثيقة ورقية أم إلكترونية. والفرق هو أن الوثيقة الإلكترونية تحفظ في ذاكرة رقمية ولا تلمس وقد لا ترى في انتقالها من مكان حفظ إلى آخر، ويمكن استرجاعها بسهولة وعن بعد، في حين أن الوثيقة الورقية تنقل ماديا من حيز إلى حيز آخر في أماكن الحفظ المختلفة.[1]

49 ـ أرشيف جارٍ *Archives Current archives - courantes

الوثائق التي تستعمل يوميا للحاجة إليها في العمل.

1 ـ سناء التكروري، «علاقة التكوين (التدريب) الأرشيفي بالتكوين في مجال المعلومات"، مجلة رسالة المكتبة مج 39 ،ع 3،4.

50 ـ استبيان* Questionary - Questionnaire

أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة، لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة، في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبوحثين في هذه البيانات. ويعد الاستبيان من أكثر وسائل جمع البيانات شيوعا واستخداما في منهج المسح، وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين، من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد. وعادة ما تسبق كلمة استقصاء أو استبيان استمارة فيقال استمارة استبيان أو استمارة استقصاء، كونها تحتوي على محاور، كل محور يضم مجموعة من الأسئلة، التي تصب في الإجابة على أهداف الدراسة، ويتم عرضها لإجرائين منهجيين هما اختبارا الصدق والثبات.

يعتمد الباحثون في مجال علوم الاعلام والاتصال بالدرجة الأولى على أسلوب الاستبيان، خصوصا في دراسات استطلاعات الرأي حول استخدام وسائل الاعلام والاتصال، وفي دراسات التأثير لتحليل علاقات الارتباط بين الاستخدامات وتأثيرات مضامين الاعلام والاتصال على الجماهير، ودراسات آليات صناعة الرأي العام.

¤ عرف الباحثون في العلوم الاجتماعية الاستبيان أو الاستقصاء أو الاستفتاء بأنه أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية، ومقننة، لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة، في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين. واعتبروا الاستبيان من أكثر وسائل جمع البيانات شيوعا واستخداما في منهج المسح، وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين، من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد.

كما تم تعريفه بأنه مجموعة من الأسئلة المتنوعة والتي ترتبط ببعضها البعض بشكل يحقق الهدف الذي يسعى إليه الباحث من خلال المشكلة التي تطرحها دراسته.ويرسل الاستبيان بالبريد أو بأي طريقة أخرى إلى مجموعة من الأفراد أو المؤسسات التي اختارها الباحث لدراسته لكي يتم تعبئتها ثم إعادتها للباحث، ويكون عدد الأسئلة التي يحتوي عليها كافيا لتحقيق هدف البحث.

وتم حصر خطوات انجاز الاستبيان كالتالي:

أ- تحديد الأهداف المطلوبة في ضوء موضوع البحث ومشكلته ومن ثم تحديد البيانات والمعلومات المطلوب جمعها.

ب- ترجمة وتحويل الأهداف إلى مجموعة من الأسئلة والاستفسارات.

ت- اختيار الأسئلة وتجربتها على مجموعة محدودة من الأفراد المحددين في عينة البحث لإعطاء رأيهم بشأن نوعيتها من حيث الفهم والشمولية والدلالة وكذلك كميتها وكفايتها لجمع المعلومات المطلوبة عن موضوع البحث ومشكلته وفي ضوء الملاحظات التي يحصل عليها فإنه يستطيع تعديل الأسئلة بالشكل الذي يعطي مردودات جيدة.

ث- تصميم وكتابة الاستبيان بشكله النهائي ونسخه بالأعداد المطلوبة.

ج- توزيع الاستبيان حيث يقوم باختيار أفضل وسيلة لتوزيع وإرسال الاستبيان بعد تحديد الأشخاص والجهات التي اختارها كعينة لبحثه.

ح- متابعة الإجابة، فقد يحتاج الباحث إلى التأكيد على عدد من الأفراد والجهات في انجاز الإجابة على الاستبيان وإعادته وقد يحتاج إلى إرسال نسخ أخرى منه خصوصاً إذا فقدت بعضها.

خ- تجميع نسخ الاستبيان الموزعة للتأكد من وصول نسخ جديدة منها حيث لابد من جمع ما نسبته 75 % فأكثر من الإجابات المطلوبة لتكون كافية لتحليل معلوماتها.

وتحددت ثلاثة أنواع للاستبيانات:

1- الاستبيان المغلق: وهو الذي تكون أسئلته محددة الإجابة كأن يكون الجواب بنعم أو لا.

2- الاستبيان المفتوح: وتكون أسئلته غير محددة الإجابة أي تكون الإجابة متروكة بشكل مفتوح لإبداء الرأي مثل: ما هي مقترحاتك لتطوير الجامعة؟.

3- الاستبيان المغلق المفتوح: وهذا النوع تحتاج بعض أسئلته إلى إجابات محددة والبعض الآخر إلى إجابات مفتوحة.

ومن الواضح أن أسئلة الاستبيان المغلق تكون أفضل لكل من الباحث والشخص المعني بالإجابة عليها لأسباب عدة، أهمها أنها سهلة الإجابة ولا تحتاج لتفكير معقد، و سريعة الإجابة ولا تحتاج إلى جهد كبير، وسهلة التبويب وتجميع المعلومات المجمعة من الاستبيانات الموزعة مثل 30 % نعم و70 % لا. ولكن قد يضطر الباحث لذكر بعض الأسئلة المفتوحة لعدم معرفته في ذهن المبحوثين لكن الاتجاهات الحديثة في تصميم وكتابة الاستبيان تحدد الإجابات حتى بالنسبة لبعض الأسئلة التي هي مفتوحة في طبيعتها.

وذكرت الدراسات ميزات الاستبيان، ومن أهمها أنه يؤمن الإجابات الصريحة والحرة حيث أنه يرسل الفرد بالبريد أو أي وسيلة أخرى، وعند إعادته فإنه يفترض ألا يحصل اسم أو توقيع المبحوث من أجل عدم إحراجه ولكي يكون بعيدا عن أي محاسبة أو لوم. وهذا الجانب مهم في الاستبيان لأنه يؤمن الصراحة والموضوعية العلمية في النتائج. كما أن الأسئلة موحدة لجميع أفرد العينة، في حين أنها قد تتغير صيغة بعض الأسئلة عند طرحها في المقابلة. وتصميم الاستبيان ووحدة الأسئلة يسهل عملية تجميع المعلومات في مجاميع، وبالتالي تفسيرها والوصول إلى استنتاجات مناسبة. ويمكن للمبحوثين اختيار

الوقت المناسب للإجابة على أسئلة الاستبيان. ويسهل الاستبيان على الباحث جمع معلومات كثيرة جدا من عدة أشخاص في وقت محدد. كما أنه لا يكلف ماديا الكثير من حيث تصميمه وجمع المعلومات مقارنة بالوسائل الأخرى التي تحتاج إلى جهد أكبر وأعباء مادية اضافية كالسفر والتنقل من مكان إلى آخر.

كما ذكرت الدراسات قواعد الاستبيان وهي:

- اللغة المفهومة والأسلوب الواضح الذي لا يتحمل التفسيرات المتعددة لأن ذلك يسبب إرباكا لدى المبحوثين مما يؤدي إلى إجابات غير دقيقة.

- مراعاة الوقت المتوفر لدى المبحوثين وبالتالي يجب ألا تكون الأسئلة طويلة حتى لا تؤدي إلى رفض المبحوثين الإجابة على الاستبيان أو تقديم إجابات سريعة وغير دقيقة.

- إعطاء عدد كافٍ من الخيارات المطروحة مما يمكن المبحوثين من التعبير عن آرائهم المختلفة تعبيرا دقيقة .

- استخدام العبارات الرقيقة واللائحة المؤثرة في نفوس الآخرين مما يشجعهم على التجاوب والتعاون في تعبئة الاستبيان مثل : (رجاء – شكرا ....الخ).

- التأكد من الترابط بين أسئلة الاستبيان المختلفة وكذلك الترابط بينها وبين موضوع البحث ومشكلته.

- الابتعاد عن الأسئلة المحرجة التي من شأنها عدم تشجيع المبحوثين على التجاوب في تعبئة الاستبيان.

- الابتعاد عن الأسئلة المركبة التي تشتمل أكثر من فكرة واحدة عن الموضوع المراد الاستفسار عنه لأن في ذلك إرباكاً للمبحوثين.

- تزويد المبحوثين بمجموعة من التعليمات والتوضيحات المطلوبة في الإجابة وبيان الغرض من الاستبيان ومجالات استخدام المعلومات التي سيحصل عليها الباحث مثال: بعض الاستفسارات تحتمل التأثير على أكثر من مربع واحد لذا يرجى التأشير على المربعات التي تعكس الإجابات الصحيحة.

- يستحسن إرسال مظروف مكتوب عليه عنوان الباحث بالكامل ووضع طابع بريدي على المظروف بغرض تسهيل مهمة إعادة الاستبيان بعد تعبئته بالمعلومات المطلوبة .

اما الثبات فيتم تحقيقه من خلال قياس مدى تطابق اجابات المبحوثين عند اعادة اجراء تطبيق الاستمارة عليهم بعد فترة زمنية مناسبة ويتم تحديد النسبة المئوية للثبات من خلال قسمة العدد الاجمالي للأسئلة التي تماثلت اجاباتها على اجمالي عدد اسئلة الاستمارة والمبحوثين الذين تحظى استماراتهم بنسب ثبات مرتفعة[1].

1 ـ راجع: - مي العبدالله، البحث في علوم الاعلام والاتصال، مرجع سابق.

ـ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة 2000.

51 ـ استفزاز -*Arousing Stimulation

العنصر الذي يوجد في بعض الأحداث والأخبار والمعلومات المختلفة، ويعمل على لفت انتباه القارئ ومخاطبة عواطفه وبعض من غرائزه. على غرار الجوانب المثيرة في بعض أحداث ووقائع الجرائم الجنسية أو الفضائح المختلفة. وصناعة الخبر في الوقت الحالي أصبحت تعتمد كثيرا على عنصر الإثارة لا سيما لدى الصحافة المكتوبة كالصحف ووكالات الأنباء، التي تسعى لنشر كل ما هو مثير و يمكن أن تتخطى بذلك الموضوعية المطلوبة في ممارسة مهنة الإعلام.

52 ـ استفتاء الرأي العام*

Referendum - Référendum

الإجراء الذي تقوم به الدولة أو أحد أجهزتها أو الصحف أو المؤسسات العامة والخاصة، من أجل التعرف على اتجاهـات الرأي العـام حول موضوع أو قضية اجتمـاعية أو اقتصادية أو سياسية محددة. وعادة ما يكون الاستفتاء عن طريق تقصي الرأي من خلال اختيار إجابة من إثنين، كالاستفتاء بنعم أم لا، تؤيد أو تعارض، تفضل أو تكره، على غرار ما يتم في استفتاءات الدساتير في الدول باختيار إما نعم أو لا أو موافق أو غير موافق.

ويستعين الباحثون بالاستفتاء لدعم نتائج أبحاثهم ودراساتهم الميدانية. ويرصد الاستفتاء مواقف فئة محددة من الناس يستخلص منها الباحثون النتائج التي تساعد في تكوين فكرة عامة عن موضوع أو قضية.

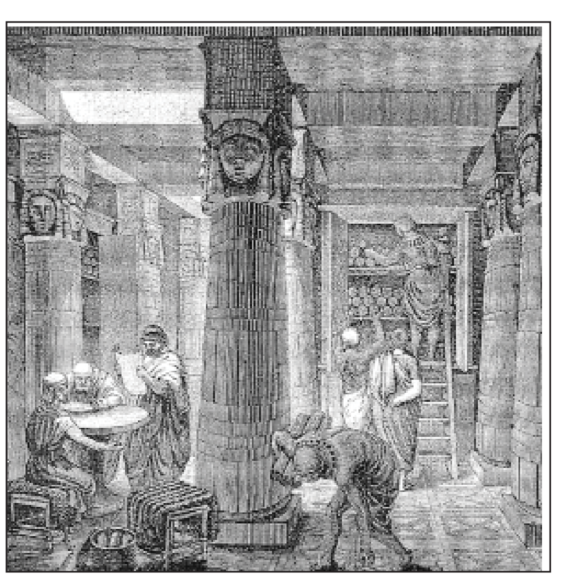
والاستفتاء في السياسة، هو أداة ديموقراطية مباشرة يتم بموجبها دعوة المواطنين إلى التعبير عن طريق التصويت الشعبي عن رأيهم وعن إرادتهم تجاه تدبير اتخذته احدى السلطات، أو تنوي اتخاذه. وهذا يعطي المواطنين حق الفصل في بعض أمور الحكم، والمشاركة في صناعة القرار، بما يندرج في إطار الديموقراطية شبه المباشرة.

53 ـ إسقاط* Projection - Projection

الأسلوب الذي يتبعه ويميل إليه الإنسان من أجل تفسير سلوك الآخرين حسب ما يجري في داخله هو. وكلمة الإسقاط شائعة في العديد من المجالات سواء الإنسانية أو الدقيقة، والفروع العلمية المتعددة.

في علوم الاعلام والاتصال يستخدم هذا الأسلوب في الحرب النفسية لترويج الشائعات التي تهدف إلى إثارة الكراهية والحقد ضد شخصية بارزة أو جماعة معينة.

¤ نشر فرانك **Frank** عام **1939** مقالا في جريدة علم النفس الأمريكية و سماه "الطرق الإسقاطية لدراسة الشخصية"، للإشارة إلى العلاقة التي توجد بين ثلاثة اختبارات نفسية:



مكتبة الإسكندرية الكبيرة

la Grande Bibliothèque d'Alexandrie

اختبار تداعي الكلمات، واختبار بقع الحبر، و اختبار تفهم الموضوع. وقد بين فرانك أن هذه الاختبارات تشكل نموذجا لبحث دينامي وشامل للشخصية. ويرى فرانك أن الاختبارات الإسقاطية من أهم الوسائل في المنهج الإكلينيكي في علم النفس.

وتطور الاستعمال الإسقاطي للرسم و السرد (نظرية الجاشتالت) عكس المسار الذي وضعته له العلوم التربوية الهادفة إلى التنميط و النمذجة، حيث تحلل عملية الرسم باعتباره معيارا للنمو العقلي .

ويعد موراي Murray أول من وضع اختباراً إسقاطياً يستلهم السرد الحر، و كان ذلك سنة 1935، وسماه اختبار " تفهم الموضوع"، ثم تلته من بعد ذلك اختبارات أخرى من أمثلة اختبار الشجرة لكوش Koch(1949) وتلاه اختبار رسم الرجل لماشوفر . Machover

وفي علم النفس يعني الإسقاط كما قال به فرويد، تلك العملية التي يطرح فيها الشخص خصائص ومشاعر و رغبات عن ذاته و يلقي بها على الآخرين و ما يطرحه الشخص هنا أشياء يجهلها أو يرفض تواجدها فيه.

فالإنسان في مواقف الحياة قد يتخذ شخصا على أنه شخص آخر فنقول مثلا أن يسقط صورة الأب على صورة رئيسه في العمل، والإسقاط يقابله التحويل في العلاج النفسي التحليلي فعندما يعطي الشخص الآخرين ميولات ورغبات يرفضها في ذاته يقترب إلى ما يسمى الإسقاط .

في اللسانيات الإسقاط الصوتي هو مصطلح استعمله العالم هوش لوصف السلوك المتمثل في استعمال الصوت بالتأثير على الآخرين[1].

54 ـ إسقاط مرآوي -Specular projection* Projection spéculaire

أن يجد الفرد في صورة الآخر الخصائص التي يزعم أنها له. و أصل الإسقاط يعود إلى مرحلة المرآة و هي المرحلة التي لا يميز فيها بين صورة الذات و صورة الآخر، و تدعى النرجسية.

---

1 14 ـ - Voir: - D. Anzieu, Les Méthodes projectives, P.U.F., Paris 1960, 14e éd. rev. 2004L.

- K. Frank, Projective Methods, Springfield (Ill.), 1948..

55 ـ إسقاط تفريغي -*Cathartic projection

Projection cathartique

أن لا يعطي الفرد لصورة الآخر الخصائص التي يتميز بها هو، أو التي يتمناها، وانما الخصائص التي يعتقد خطأ أنها ليست فيه، أو يرفض أن تكون فيه ويريد التخلص منها بنقلها إلى الآخر .

56 ـ إسقاط تكاملي -*Complementary projection

Projection Complémentaire

أن يعطي الفرد للآخرين مشاعر ومواقف تساعده على تبرير مشاعره ومواقفه، وأفضل مثال على ذلك المريض النفسي الذي يصف الآخرين بالقسوة و الظلم ليجد مبرراً للثورة والتمرد.

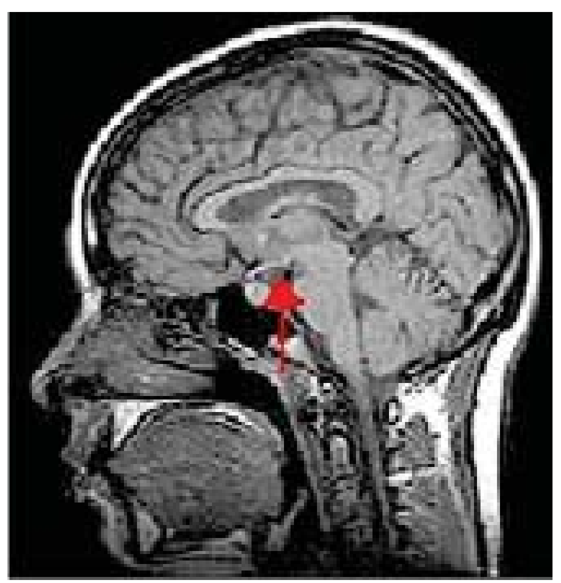
57 ـ استجابة* Reaction - Réaction

الفعل أو رد الفعل أو رجع أو سلوك فرد خاضع لعملية ملاحظة، سواء كانت الاستجابة شعورية تحدث بعد تمحص وتفكير وتبصر، أو لا شعورية تحدث فورا بعد التعرض لأي مثير، وهي في كل الحالات عبارة عن سلوك يمكن رصده كفعل سواء تجسد كلفظ أو حركة أو إنفعال.

وقد تكون الاستجابة خارجية أو ظاهرية، وهي التي يمكن تعيينها بالملاحظة المباشرة، كالابتسامة أو تناول كأس أو الضغط على زر، أو داخلية و مضمرة، وهي الاستجابة التي لا يمكن تعيينها على نحو مباشر بالملاحظة، كاستدعاء بعض الأفكار أو المعلومات.

- يصعب في معظم الأحيان تعيين استجابة بسيطة محددة من خلال التأكيد على تفصيلاتها ودقائقها، لذا أكد علماء النفس على المظاهر العامة للاستجابة أكثر منه على جوانبها التفصيلية الدقيقة، فاستدعاء قائمة كلمات أو قيادة سيارة، أو تنظيف الأسنان بالفرشاة، أو كتابة رسالة ما، هي استجابات كلية عامة، يصعب النظر إليها من خلال دقائقها، لذا نزع الباحثون إلى النظر إليها من خلال وظائفها، لا من خلال الحركات الجزئية البسيطة التي تكونها .

ورأى الباحثون أن تناول الاستجابة من خلال مظاهرها العامة ووظيفتها غير كاف لتعيينها، بل لا بد من الأخذ في الحسبان سرعتها وقوتها وديمومتها، لأن هذه المظاهر الكمية للاستجابة هي نتيجة التعلم أيضاً، فالطفل لا يتعلم الكلام فقط، بل يتعلم الكلام بسرعة معينة ، وبصوت مرتفع أو منخفض، وذلك حسب السياق المثير الذي يوجد فيه.



صورة إشعاعية للدماغ البشري

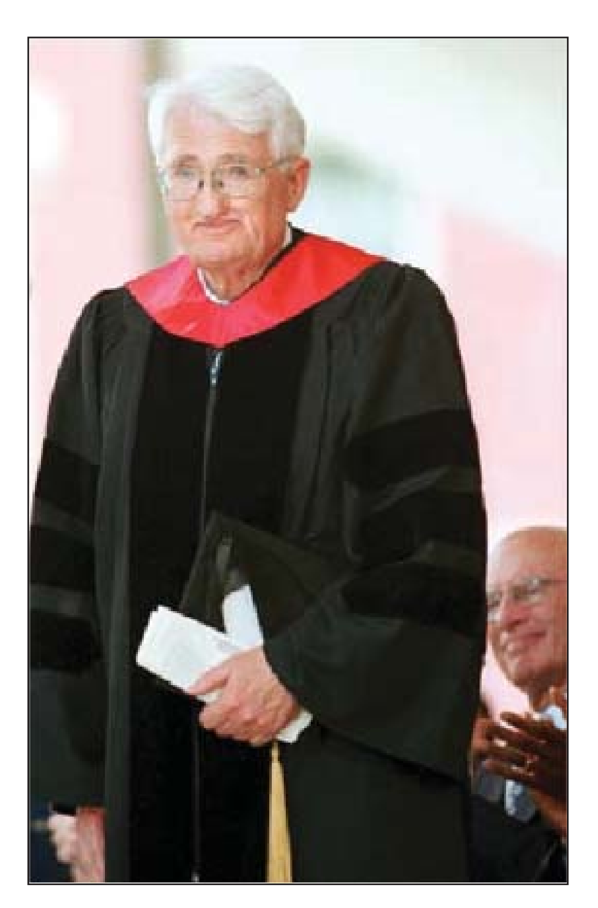
Radio photo of the human brain

58 ـ استراتيجية* Strategy - Stratégie

الخطط والوسائل التي تسعى إلى معالجة الوضع الكلي لصراع أو مشكلة، من أجل تحقيق هدف يتعذر تنفيذه من دون تصميم وتخطيط.

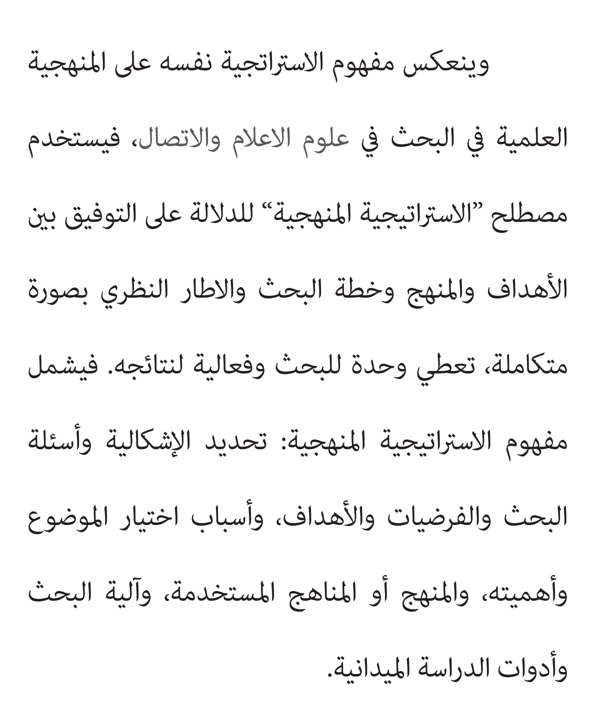
ويعود هذا المصطلح إلى المجال العسكري، حيث تعتبر الاستراتيجية العسكرية فنا يمزج بين الفكرة السياسية والوسائل المتاحة لإرغام الخصم على القبول بالهدف أو مجموعة الأهداف المتوخاة.

¤ تطور مفهوم الاستراتيجية الذي كان عسكري المنشأ، ليستعمل حاليا في الإعلام والاتصال على أنه مجموعة من الخطط والبرامج تضعها المؤسسات الاعلامية في إطار السياسات العامة، على المدى المتوسط والبعيد، لتحقيق جملة من الأهداف، تخدم مصلحة الوطن والمواطنين.



جورغن هابرماس

Jürgen Habermas 2001



وينعكس مفهوم الاستراتيجية نفسه على المنهجية العلمية في البحث في علوم الاعلام والاتصال، فيستخدم مصطلح "الاستراتيجية المنهجية" للدلالة على التوفيق بين الأهداف والمنهج وخطة البحث والاطار النظري بصورة متكاملة، تعطي وحدة للبحث وفعالية لنتائجه. فيشمل مفهوم الاستراتيجية المنهجية: تحديد الإشكالية وأسئلة البحث والفرضيات والأهداف، وأسباب اختيار الموضوع وأهميته، والمنهج أو المناهج المستخدمة، وآلية البحث وأدوات الدراسة الميدانية.

وكلمة إستراتيجية مشتقة أصلاً من الكلمة اليونانية "Strategos" وكانت تعني فن قيادة القوات. ويقصد بها اليوم: علم وفن ينصرفان إلى الخطط والوسائل التي تعالج الوضع الكلي للصراع الذي تستخدم فيه القوة بشكل مباشر أو غير مباشر من أجل تحقيق هدف السياسة الذي يتعذر تنفيذه عن غير ذلك السبيل .

والترتيب المنطقي الأساسي للتخطيط الإعلامي يشمل ما يلي:

- استراتيجية عامة تشمل الأهداف العليا الثابتة للوطن والشعب التي لا يجوز المساس بها على مدى طويل ونطلق عليها الثوابت وهي تمثل نمط بقاء المجتمع، ولها أهداف على المدى البعيد.
- استراتيجية إعلامية تستوعب هذه الأهداف العليا الثابتة.
- سياسات إعلامية عليا وهي جزء من الاستراتيجية وتقوم على توجهاتها وتنبثق عنها. ولهذا نقول إن السياسة الإعلامية، هي السياسة النابعة من الاستراتيجية، وهي تفسير لها إن جاز لنا هذا التعبير، ولهذا ينبثق أيضا عن تلك السياسة العليا مجموعة من السياسات الأكثر تفصيلا فقد نتحدث عن سياسة سعرية أو سياسة تأمينية أوسياسة محصولية، سياسة الطاقة، وسياسة إذاعية، وسياسة صحفية... وغيرها.
- الخطط التنفيذية وهي تمثل الشكل والمضمون معا، فهي بمثابة برامج التنفيذ الموضوعي للسياسة الإعلامية القائمة على الاستراتيجية الإعلامية القائمة على



تخطيط استراتيجي

Planification stratégique

الاستراتيجية العامة للمجتمع والدولة[1].

59 ـ استغفال* Dupe- Duper

أسلوب من أساليب دعاية وسائل الإعلام وقلب الحقائق، واستخدام أساليب التضليل الإعلامي المتعددة. لكن المتلقي أصبح أكثر وعيا وادراكا لهذه الأساليب، ومن الصعب استغفاله، فأمامه خيارات ومصادر كثيرة للمعلومات، وبالتالي بامكانه أن يدقق في الرسائل الإعلامية ويتوصل بمتابعة تراكمية لها، مع شيء من التركيز الواعي، إلى معرفة أنه يتعرض إلى دعاية موجهة، وسيكتشف أنه لا يتلقى معلومات حقيقية مجردة يمكن الاعتماد عليها في التحليل وبناء المواقف.

60 ـ استوديو* Studio - Studio

القاعة الفسيحة التي تخصص للتصوير والتسجيل في السينما والتلفزيون والإذاعة. يتم بناؤها وفق مواصفات هندسية

---

1 ـ أنظر: مي العبدالله، علوم الاعلام والاتصال واشكاليات التكوين المهني، بيروت 2010.

خاصة، من أجل مقاومة مختلف العناصر البيئية المحيطة التي تؤثر على الصوت والصورة، وكذلك عزل الأصوات الخارجية غير المرغوب فيها، وإتاحة الفرصة لبناء المناظر المختلفة، ووضع معدات الإضاءة والتصوير والتسجيل، داخل الاستوديو المغلق ليتم صنع الأفلام وبث البرامج التلفزيونية والإذاعية من خلاله.

61 ـ استوديو افتراضي ـ * Virtual - Studio Studio virtuel

القاعة الصغيرة أو المساحة المجهزة لتصوير مشهد معين له ديكور خاص. وبالرغم من أن هذا الاستُديو صغير نسبيا، إلا أن إمكاناته غير محدودة وأهم ما فيه أنه ليس بحاجة إلى أية ديكورات أو اكسسوارات، ويعتمد على خاصية إحلال الألوان في التصوير. والألوان المعتمدة هي الأزرق والأصفر والأحمر والأخضر.



استديو افتراضي

Virtual studio

62 ـ استُديو فائق الجودة

High definition Television*- Télévision à haute définition

استديو يؤدي تجهيزه التقني إلى نتائج ذات نوعية عالية في الصورة، وحين بدأ هذا النظام كانت تكاليفه باهظة ولكن عند تطور التقنية الرقمية عموما والشاشات الرقمية، انخفضت الكلفة نسبيا.

63 ـ اشهار * Publicity- Publicité

مجموعة الأساليب والوسائل المستخدمة للترويج لانسان أو سلعة أو خدمة أو مؤسسة أو عمل ما، لنشر الخبر وخلق المناخ لاستقبال وقبول المنتج الذي يتم الإعلان عنه.



الاعلانات الاولى

Les premières publicités

¤ يعتبر الإشهار في عصرنا هذا مسألة حيوية وضرورية لكل من يريد تنمية أعماله والإكثار من عملائه وبالتالي مضاعفة أرباحه، وهو واحد من أهم العوامل المتعلقة بالعمل، فلا يكاد يكون هناك نشاط خاص أو تجارة تجزئة تستطيع

الاستمرار في العمل مالم يكن لها إشهار وترويج . والشركات التي لا تشهر نشاطها قد تتعرض لابتلاع الشركات التي عرفت وأدركت قيمة وأهمية الإشهار بالترويج لمبيعاتها وأرباحها بشكل منتظم.

وهو وسيلة جماهيرية لتوصيل المعلومات بغرض إقناع المشترين بالسلعة المعلن عنها قصد مضاعفة الأرباح المحققة، وله أوجه متعددة من بينها تقنيات التعليب والتغليف التي تعتبر وسيلة ضرورية وملحة في الترويج للمنتج ومنافسة المنتوجات المشابهة، إضافة إلى التأثير على المستهلك . فالتجار في الزمن القديم كانوا يبيعون السلع الاستهلاكية دون أي تغليف، في أكياس أو ملفوفة في الورق، ولم يكن الزبون يدرك قيمة المنتج إلا من فرق السعر، وهذا التطور نتج عنه عهد جديد في تاريخ الإشهار أساسه تقنيات التغليف packaging ، ولا يخفى على أحد ما للتغليف من أهمية في أيامنا هذه.

أصبح الإشهار ظاهرة حضارية مرتبطة بالإنسان باعتباره كائنا اقتصاديا، يلزمه البحث عن الأساليب التي تمكنه من تسويق عمله ومؤسسته ومنتجاته، وابتياع مستلزماته من البضائع والخدمات في سوق تطبعه الوفرة والتنافس المترتب على هذه الوفرة.

الإعلانات الاولى

Les premières publicités

64 - إشهار إرشادي Heuristic publicity*- Publicité heuristique

الاشهار الذي يخص السلع والخدمات المعروفة لدى الجمهور المستهدف، غير أنه لا يمتلك كل المعلومات الكافية حولها، لذلك يقوم المعلن من خلال هذا النوع بمد الجمهور بكافة المعلومات التي تيسر له الحصول على المنتج والاستفادة منه.

65 - إشهار معلوماتي Informative publicity*- Publicité informative

إشهار يعمل على دعم وتقوية صناعة ما أو نوع معين من السلع أو الخدمات أو إحدى المنشآت عن طريق تقديم بيانات للجمهور، يؤدي نشرها إلى تقوية الصلة بين المنتج والمستهلك. كما قد يهدف أيضا إلى تصحيح صورة العلامة التجارية التي تكون قد تأثرت بالمنافسة الشديدة، وذلك من خلال تقديم معلومات تعزز صورة المعلن والمنتج الذي يقدمه للسوق.

66 - إشهار تذكيري Reminding publicity*- publicité de rappel

إشهار يهدف إلى تذكير المستهلك بتواجد المنتج في السوق والخصائص التي تميزه، بغرض دفعه إلى شرائه عند مشاهدته في أماكن العرض عن طريق التأثير اللاشعوري.

67 - إشهار تعليمي Tutorial publicity*- Publicité tutorielle

إشـــهار يكـــون في مرحلـــة إطـــلاق المنتـــج

في الســوق لأول مــرة، فهــو يقــوم بتعريــف المنتــج للمســتهلك باعتبــاره ســلعة أو خدمــة جديــدة أو منتجــاً قديمــاً معروفــاً لــدى المســتهلك والتــي ظهــرت لهــا اســتخدامات جديــدة لم تكــن معروفــة ســابقا.

68 ـ إشهار مسموح -*Allowed Publicity Publicité permise

إشهار مرخص من الدولة أي لا يتعدى على دين أو عرف أو تقليد للمجتمع .

69 ـ إشهار ممنوع -*Prohibited Publicity Publicité interdite

هو على عكس الإشهار المسموح كل إشهار يتعدى على الدين والعرف وتقاليد المجتمع أو يحرض على أمر عدائي ضد سيادة الدولة و كيانها و استقرار الأمن فيها مثل الإشهار الداعي الى انقلاب، أو الذي يترتب عنه ضرر بالمستهلك كإشهار مواد التدخين.

70 ـ أصوات معبرة - *Grandes Accessed voices signatures

هم الأشخاص الذين تتم استضافتهم عبر وسائل الإعلام المختلفة (مشاهير، رجال سياسة، خبراء)، بسبب آرائهم المتميزة التي لا تعبر بالضرورة عن آراء الجمهور العام.

71 ـ إطار* Frame - Cadre

يتحدد معناه حسب المجال الذي يستخدم فيه، فهو الحدود المرئية لصورة، أو مشهد تلفزيوني أو سينمائي وما يحمله من خصائص ومؤثرات مشهدية، ويدل على الصورة الفردية.

وفي مجالات عمل المؤسسات الصحفية والإعلامية، هو يعني ضوابط العمل والسياسات التي تتخذها هذه الهيئات وتلزم بها منتسبيها.

72 ـ إطار دلالي *Semantic framework - Cadre sémantique

اللغة المشتركة أو الأفكار التي يتشاطرها كل من المرسل ومستقبل الرسالة أو مجموع الرسائل، كما يدل على التصورات والاتجاهات التي تتحكم في سلوك الفرد وفي رؤيته للأشياء، فيكون لنفسه مدلولا على ضوء خبرته السابقة ليفسر في حدوده ما يصادفه من أحداث.

¤ يستخدم اليوم مصطلح «الاطار المعرفي» **paradigm** في العلوم الانسانية والاجتماعية، للدلالة على مجموعة النماذج والنظريات والأفكار العلمية التي رافقت ممارسات واتجاهات سلوكية في مرحلة زمنية متعينة. وترتبط هذه المرحلة الزمنية في علوم الاعلام والاتصال[1] ارتباطا وثيقا بالتطور التكنولوجي الذي يحدد المسار الفكري والاتجاهات النظرية. فكل تطور جديد في الوسائل والوسائط وبالتالي في الاستخدامات، واكبه تطور في مواضيع الدراسات الإعلامية وفي مناهج بحوث الإعلام والاتصال، وظهور نظريات ونماذج جديدة.

1 ـ أنظر: مي العبدالله، علوم الاعلام والاتصال، مرجع سابق.



حديث إعلامي

Media interview

73 ـ إعلام* Information - Information

عملية نشر ونقل المعلومات والأخبار، والأفكار والآراء، إلى الجماهير مع ذكر مصادرها (خدمة للصالح العام)، ويقوم على مخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم وعلى المناقشة والحوار والإقناع (بأمانة وموضوعية).

¤ كان الاعلام يعرف على أنه كل نقل للمعلومات والمعارف والأفكار والثقافات، بطريقة معينة، من خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر، الظاهرة والمعنوية، ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية، بقصد التأثير.

وقد ركزت تعريفات الاعلام الأولى على عملية النقل والتقديم والتزويد بالأخبار والمعلومات، من مرسل الى متلقٍ، ولم تلحظ وظيفة التبادل والتفاعل ولا عنصر ردة الفعل أو رجع الصدى feed back في التجربة الإعلامية.

اليوم، لم يعد يتماشى مصطلح "الإعلام" وحده مع تطور المفهوم، ولم يعد يفي بكل معاني التبادل والاتصال والتواصل وكل وظائف الوسائط الجديدة، ومن هنا يتم استخدامه حديثا في علوم الإعلام والاتصال بموازاة كلمة الاتصال، وباللغة الأجنبية باتت تستخدم كلمة communication منذ أن أصبح مصطلح informations مرتبطا بالمعلومات.

فالإعلام بمفهومه الأبعد هو التعريف بقضايا



أدموند هوسرل

Edmund Husserl 1930

العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليا وخارجيا، والسياسات الاعلامية والاتصالية المطبقة.

74 ـ إعلام تنموي* Development Media - Médias de développement

أحـد فـروع الاعـلام المتخصـص الـذي

يهدف إلى الإسراع في تحول مجتمع ما من حالة الفقر إلى حالة ديناميكية من النمو الاقتصادي والاجتماعي والسياسي.

إذ هو العملية التي يمكن من خلالها توجيه أجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع بما يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصلحة المجتمع العليا.

وهو الجهود الاتصالية المخطط لها والمقصودة التي تهدف إلى خلق مواقف واتجاهات إيجابية وصديقة للتنمية، وبذلك فأن الإعلام التنموي غير معني بصناعة التنمية ولكنه يهيئ الظروف الاجتماعية والثقافية والنفسية للأفراد والجماعات من اجل أن يستجيبوا للخطط والبرامج التنموية بشكل فعال.

وهو النشاط الإعلامي الذي يهتم بقضايا التنمية، وهو نشاط هادف وشامل ويفترض أن يكون واقعيًا، يهدف إلى تحقيق غايات اجتماعية تنموية. كما أنه مرتبط بالنواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتربوية، ويستند إلى الصدق والوضوح والصراحة في التعامل مع الجمهور.

¤ ظهر مفهوم الإعلام التنموي في العقد السابع من القرن العشرين، ويعود الفضل الأول في نشأته إلى ولبر شرام الذي ألف كتابا في وسائل الإعلام والتنمية **1974.**

انطلق شرام من اهمية الإعلام بصفة عامة من خلال الذاكرة التاريخية للتحولات الكبرى، ووجد ان الإعلام احدث اثراً كبيراً في المحيط الذي يعمل فيه، وهو يرى أن الثورات في أوروبا وأمريكا ما كانت لتتم دون وسائل الإعلام. وكذلك الأمر بالنسبة للتعليم والتطور التكنولوجي والاتصالي، على أساس أن هذه التطورات أحدثت تطورا وتحولا عميقا في حياة الناس. ومن ثم وجد ان الدور الذي لعبته وسائل الإعلام لتنبيه دول العالم الثالث على واقعها المتخلف كان له أثر كبير في إيقاظ الشعوب المتخلفة من سباتها،وفي جعلها تتطلع إلى مستوى معيشة الشعوب المتقدمة. فالإعلام والمواصلات كانا العامل الأهم في إيقاظ هذه الشعوب، كما أن الإعلام أعطى الدول النامية قنوات قوية تستطيع أن تبلغ بها جماهيرها رغم الحواجز الكثيرة. ويربط شرام بين واقع تركيز وسائل الإعلام والاتصال، وبالتالي الخدمات الإعلامية التي تقدمها في المدن الكبرى، والنقص شديد في المدن الهامشية أو الأرياف والقرى. وحسب قوله فهذا الأمر موجود في المدن الكبرى والهامشية وفي الدول المتقدمة والنامية على حد سواء.[1]

75 ـ إعلام جديد* New media -Nouveaux médias

أشكال من الاتصال الإلكتروني أصبحت ممكنة باستخدام الكومبيوتر، كمقابل للإعلام القديم، تشمل الصحافة المكتوبة على الانترنت

1 ـ Noam Chomsky, Les dessous de la politique de l'oncle Sam, Ecosociete, Le temps des cerises, Paris 1996, pp. 67-76.

من جرائد ومجلات والتلفزيون والراديو، وغيرها من الوسائل .

وهو جميع أشكال الإعلام الرقمي، الذي يقدم في قالب رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، إضافة إلى استخدام جهاز الكومبيوتر كأداة محورية من أجل عملية الإنتاج والعرض. والتفاعلية هي جزء منه و هي أيضا ما يميزه ومن أهم سماته.

«الاعلام الجديد» في علوم الاعلام والاتصال مصطلح لم يعترف به من قبْلُ الباحثون لأن كلمة إعلام بحد ذاتها هي موضوع جدل، ويفضل بعض الباحثين استخدام مصطلح «الاعلام البديل» بظهور أشكال جديدة من الاعلام والاتصال لم نشهدها من قبل، وبظهور فاعلين جدد على الساحة الاعلامية. لذلك من المفضل استخدام مصطلح الوسائط الجديدة ووسائل الاتصال، مع ابقاء «الاعلام الجديد» بين هلالين.



أخبار إعلامية

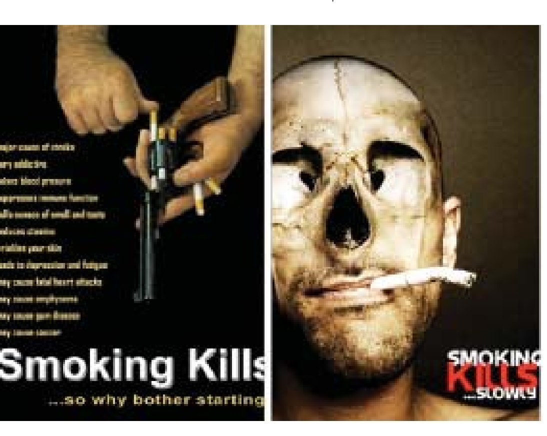
Media News

¤ صنفت حياة الإنسان على الأرض بعدة مراحل، على حسب ما تميزت به كل حقبة زمنية من واقع وتطور. فالعصر الزراعي كان تبعا لارتباط الحياة على الأرض بالزراعة وتطور الإنتاج الزراعي فيها، ثم ما لبث الإنسان أن تحول إلى العصر الصناعي بعد اختراع الآلة التي أحدثت نقلة نوعية في الإنتاج الزراعي. وتحولت الصناعة ذاتها في ما بعد إلى حرفة طغت على الزراعة، وكانت البداية في بريطانيا عام **1750** مع انتشار استخدام المحركات البخارية في عمليات الإنتاج والنقل، لتمتد بعد ذلك إلى الولايات المتحدة حيث تحول المجتمع من مجتمع زراعي إلى مجتمع صناعي عام **1900**، فكانت غالبية الأيدي العاملة تعمل في مصانع الحديد والسيارات ..الخ

ومع انتشار تكنولوجيا الاتصالات ودخول الكومبيوتر على نطاق واسع في قطاعات الحياة المختلفة عام 1986، تحولت البشرية إلى عصر المعلومات، ومقياس ذلك أن عدد من يعملون في مجال إنتاج وتسويق المعلومات تزايد بسرعة، وبات أكثر ممن يعملون في المجالات الأخرى.

وإذا كانت الحدود تقف عائقا في طريق النشر والتواصل بين البشر عبر المسافات البعيدة، فإن اختراع الراديو عام 1920 جاء ليدمر هذه

الحدود، ويصل مشرق الأرض بمغربها، ثم التليفزيون 1939، والبث الفضائي عام 1990 جاء ليحول الأرض إلى كرة زجاجية يرى فيها الناس بعضهم عبر المسافات بلا حدود.



حملة إعلانية ضد التدخين

Campagne publicitaire contre le tabac

ولعل من أهم قطاعات المعلومات تأثيراً في عصر المعلومات، "الإعلام الجديد" لشدة تأثيره في حياة الناس وآرائهم وأفكارهم وأمزجتهم. فالإعلام الجديد New Media طفرة في عالم الإعلام بدأت في مطلع العقد الحالي، وهي آخذةٌ بالانتشار والتوسع والامتداد، حيث دخلت عالم التنظير والدراسات وتحولت إلى مادة تقام لدراستها المعاهد والكليات، وتسخر لمعرفتها ومعرفة آثارها البحوث والدراسات الجامعية.

وقد لعبت التقنية دوراً مهماً في إضفاء التفاعلية على هذا النوع من الإعلام، حيث أصبح بإمكان المستفيد التفاعل مع الطرح الإعلامي وقراءته والتعليق عليه. فمثلاً الصحف الإلكترونية إحدى أدوات الإعلام الجديد، تتيح للقارئ التفاعل مع النص وطرح آراء كثيرة ومتعددة حوله والخروج بمجموعة من الرؤى والأفكار، حول الموضوع الواحد مما يثري الحوار والنقاش حول مواضيع الصحف الإلكترونية وتفاعل القراء معها.

وظهرت أدوات جديدة للإعلام الجديد أهمها مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت منها: فايس بوك Facebook وتويتر Twitter وماي سبيس myspace، وغيرها من شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت، حيث استطاعت هذه الشبكات أن تخلق إعلاماً مختلفاً عن الإعلام التقليدي، في الطرح والتفاعل وسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية والمعبرة.

في الظروف الطارئة والأحداث



حملة إعلانية

Campagne publicitaire

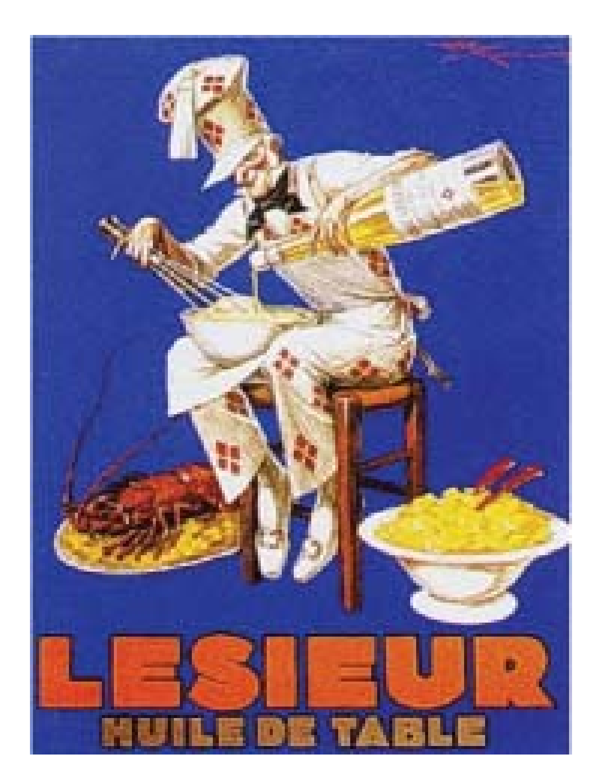
العالمية الأخيرة، استطاعت هذه الشبكات أن

تتفاعل مع الحدث على مدار الساعة، وأن تنقله فور وقوعه من مكان حدوثه. ويواكب هذا النقل سرعة انتشار مذهلة لا يستطيع الإعلام التقليدي مجاراتها بأي حال من الأحوال، وتحت أي ظرف من الظروف.

يضاف أيضاً إلى أدوات الإعلام الجديد التي ذُكرت آنفاً، المدونات المتخصصة على الإنترنت لأنها رافد مهم ومصدر رئيس للمعلومات وتزويد الإعلام الجديد بالخبر والمعلومة، بإختصار وسائط الإعلام الجديد تعتمد على التقنية بشكل مباشر وأهم هذه الوسائط الإنترنت التي تتيح الجمع بين النص والصوت والصورة في ملف واحد، وكذلك تضيف بعداً آخر للخبر من حيث دعمه بالصور الحية، وسرعة انتشاره وتفاعل القراء معه مما يجعلنا على أعتاب ثورة إعلامية ومعلوماتية جديدة سوف تغير مفاهيم ونظريات الإعلام التقليدي الذي اتخذ من الإذاعة والتلفزيون والصحف فقط وسائط رئيسة لنقل الخبر والمعلومة[1].

76 ـ إعلان* Advertising - Publicité

وسيلة تسعى إلى إيجاد حالة من الرضى والقبول النفسي لدى الجماهير من أجل الترويج لبيع سلعة أو خدمة، ويكون مدفوع الأجر. أو يعمل من أجل كسب موافقة الجمهور وقبوله لفكرة أو تبنيه لاتجاه محدد.



الاعلانات الاولى

Les premières publicités

والإعلان يعتبر أداة تسويقية يمكنها أن توصل ليس فقط المنتج المادي، بل أيضا الأفكار والمعلومات الخدمات إلى جماعة معينة، ويقوم باستغلال الحيز والوقت المدفوع أجرهما في الوسائل الإعلامية، وقد يستخدم كذلك وسائل اتصالية أخرى من أجل نقل رسائله، ويقوم الإعلان بتوضيح هوية المعلن وعلاقته بالسلعة المعلن عنها.

يقترن اليوم مفهوم الإعلان الى حد كبير بالدعاية والاقناع، ولم يعد من السهل الفصل بين أنواع الاعلان والدعاية لتداخلها بشكل كبير مع بعضها لا سيما الاعلانين التجاري

1 ـ Voir: -Francis Balle, Gérard Emery, Introduction aux Sciences de la Communication, ed.Puf, Coll. Que sais-je, no 2142, Paris 2001.

-Philippe Breton et Serge Proulx, L'explosion de la communication, la naissance d'une nouvelle ideologie, ed.La decouverte,Paris 1990, p.327.

والسياسي، مع تعدد أهداف الاعلان والدعاية والتحول الى مجتمعات المصالح والاستهلاك والتسويق لكل أنواع السلع، وظهور الشركات الاعلانية الكبرى والشركات التجارية والاعلامية والاتصالية المتعددة الجنسيات.

ويقوم الاعلان باستغلال الحيز والوقت المدفوع أجرهما في وسائل الإعلام والاتصال، ويرتكز على توضيح هوية المعلن وعلاقته بالسلعة المعلن عنها.



وسائط

Medias

¤ ليست صناعة الاعلانات من الفنون المستحدثة وإنما هي قديمة قدم التاريخ، فقد بدأ الاعلان على أشكال تطورت بمرور القرون حتى أصبح فن الاعلان كما نعرفه الآن، حيث يعتبر نشاطا قديما قدم المجتمعات الإنسانية ، يمتد تاريخيا إلى بدايتها كأحد السبل التي لجأ إليها الإنسان البدائي (الأول) لتلبية احتياجاته المعيشية منذ العصور القديمة

والتعبير عن متطلباته للآخرين بهدف إقامة العلاقات التبادلية وتحقيق المصالح والمنفعة المشتركة بالشكل والأسلوب الذي يتلاءم مع طبيعة العصر. وكان من خلال الاعتماد على المنادي، وهو الذي كان يوفده الحكام من ملوك وأمراء والذي كان يتجول في الاسواق يجمع الناس حوله بقرع الطبول ليبلغهم برسالته، ولجأ إلى هذا النشاط طبقة الحكام التي استعملت النداءات لتوصيل أوامرهم وقراراتهم إلى الجماهير وتحديد ما عليهم تجاه السلطات بما يحقق للحاكم مطالبه منهم. وفي مصر القديمة قام التجار باستئجار مُنَادِين يجوبون الشوارع معلنين عن وصول سُفُنِهم وبضائعهم. وفي حدود القرن العاشر الميلادي أصبحت ظاهرة المنادين متفشية في الكثير من المدن الأوروبية. وهؤلاء كان يستأجرهم التجار لإرشاد العملاء إلى متاجرهم وإعطائهم فكرة عن سلع وأسعار المتجر. وظهر «الدلال» في الأسواق وكان يجتهد قدر استطاعته في جذب الناس لبضاعته، ويخبرهم بمزاياها ويخفي عيوبها ويقوم بتجميلها قدر المستطاع حتى يزايد الناس عليها. أي أن الإعلان في البداية أخذ الشكل الشفهي المسموع.

ويَرَى معظم المؤرخين أن اللافتات الخارجية على المتاجر هي أول أشكال الإعلان. فقد استخدم البابليون الذين عاشوا فيما يُعرف الآن بالعراق، لافتات كهذه للدعاية لمتاجرهم وذلك منذ عام 3000 ق.م. كما

وضع الإغريق القدامى والرومانيون لافتات إعلانية خارج متاجرهم. ولما كان عدد الناس الذين يعرفون القراءة قليلاً، فقد استَعمَل التجار الرموز المنحوتة على الحجارة، أو الصلصال، أو الخشب عوضًا عن اللافتات المكتوبة. فعلى سبيل المثال، تَرمز حدوة الحصان إلى محل الحداد، والحذاء إلى محل صانع أحذية.

مطبعة جونتبرغ

Gutenberg Press 1438

ولم يعرف الإعلان تطورا واسعا إلا بعد اختراع آلة الطباعة عام 1438 من طرف الألماني غوتنبيرغ Gutenberg حيث عرفت الوثائق انتشارا واسعا . وقد أدَى اختراعه إلى ظهور أول أشكال الإعلان الموسَع، كالملصقات المطبوعة والإعلانات الموزَعة باليد ، وفي عام 1472 أخرج وليم كاكستون الذي أدخل الطباعة لأول مرة في إنجلترا. وأول إعلان دعائي كان في إنجلترا، وهو مُلْصَق تم تثبيته على أبواب الكنائس يعلن عن طرح كتاب في المكتبات. وأول ملحقة طبعت إثر انتشار المطابع كانت عام 1525 حين طبعت أول المنشورات لبيع الدواء، وبعدها وبالضبط في 10 شباط 1622 صدر أول إعلان في جريدة "الأخبار" The news، وهي أول صحيفة مطبوعة منتظمة في إنجلترا وكانت صحيفة أسبوعية. وفي السنوات التالية ومع بدء إصدار العديد من الصحف الإنجليزية، أصبح الإعلان هو السمة الرئيسية لكافة الصحف[1].

وبفضل الطباعة والصحيفة عرف الإعلان توسعا وتطورا كبيرين بالأخص في القرن 18، ولم يقتصر استعماله في مجال واحد بل توسع وشمل عدة نشاطات. واستعمل كذلك من طرف الصحافة التي كان لها الدور الكبير في تطويره خصوصاً في



الأخوة لومير

Les frères Lumière 1904

1 ـ صالح أبو أصبع، الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة، جامعة فلدلفيا، عمان 1999، ص ص.85 - 95.

أوربا وأمريكا، وكان هذا لأجل تخفيض سعر الصحف لتصبح في متناول جميع الأفراد، ووصلت استعمالاته حتى لأغراض سياسية .

ورغم كل هذا التطور الذي شهده الإعلان خلال تلك الفترة، إلا أن مهنة الإعلان لم تكن موجودة بعد، حيث كان يقوم بهذه المهمة الصحافيون أنفسهم، وبالتالي لم تكن عملية تصميم الإعلانات مدروسة جيدا بعكس الملحقات التي تطورت بشكل ملحوظ، وهذا بفضل ظهور عدد من الأخصائيين في هذا المجال وأشهرهم تولوز وكوبييلو I. Toulouse .- L. Coppiello - J. Chert

ومع حلول القرن العشرين ظهرت وسائل نشر جديدة وهي السينما والراديو والتلفزيون، وبهذه الوسائل الجديدة عرف الإعلان تطورا واسعا إذ تم إخراج أول شريط إعلاني سينمائي عام 1904 وذلك من طرف الإخوة لومير Lumière .



مطبعة جونتبرغ

L'imprimerie de Gutenberg 1438

أما عن استعماله في الإذاعة فقد بدأ الاعلان لأول مرة عام 1922 انطلاقا من الولايات المتحدة الأميركية ثم فرنسا حيث قام الناشر ألبن ميشال Albin Michel بإمضاء أول عقد إشهار اذاعي مع محطة Radiola، وبعد السينما والراديو جاء دور التلفزيون ليستعمل لأول مرة في أميركا، وكان ذلك عام 1947 من أجل ترويج المؤسسات لمنتوجاتها وتسهيل عملية بيع السلع. أما في فرنسا فلم يكن الإعلان التلفزيوني مرخصا إلا عام 1968، وكذلك في دول أوروبا الغربية لأنها كانت تنظر إلى التأثير السلبي للإعلان على النمط الاستهلاكي للأفراد لكونه لا يتلاءم مع الاحتياجات الحقيقية[1] .

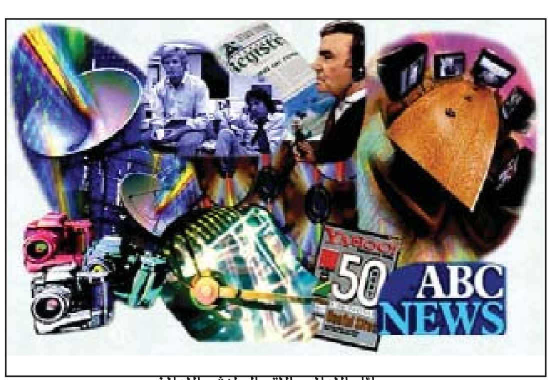
وبعدها أصبح التلفزيون من أهم وسائل النشر للرسائل الإعلانية، وأصبح الإعلان أحد أهم مصادر تمويل القنوات التلفزيونية. لكن بعد الحرب العالمية الثانية ظهرت عدة عوامل أدت إلى ظهور الإعلان في مستواه الحالي من حيث الجودة في التصميم والإخراج، وخصوصاً بعد أن أنجزت دراسات أكاديمية حول المادة الإعلانية بشكل متخصص.

استطاع الإعلان أن يعزز جميع المنشآت وذلك بوضع شبكات في مختلف أنحاء العالم تعرف بالوكالات الإعلانية، من أجل تحسين وتطوير الإعلان والاستجابة

1 ـ Nicholas Mirzoeff, The visual culture reader, Routledge, Paris 2002, p.510.

لطلبات زبائنه.

إن الاعلان فن يتطور تطوراً ذاتياً بالتطور التقني الذي يصل إليه، فمع التطور الكبير الذي احدثته الحواسيب الآلية في عالمنا اليوم، انعكس ذلك بدوره على عالم الدعاية والاعلان فأصبح تصميم الاعلانات واخراجها متطورا جدا .



وسائل الإعلام والاتصال لنشر الإعلان

Medias for publicity

77 ـ إعلان إرشادي - Indicative advertising* - Publicité indicative

اعلان يمد الجمهور بالمعلومات التي تسهل عليه الحصول على المنتج أو المعلن عنه من سلع، بأقل تكاليف وجهد، وأقصر وقت ممكن. كما يعمل هذا النوع على إرشاد الجمهور حول كيفيات إشباع حاجاته من السلع المعلن عنها.

78 ـ إعلان إعلامي - Informative advertising* - Publicité informative

إعلان يعمل على ترقية إنتاج مختلف أنواع السلع أو الخدمات أو حتى المؤسسات والهيئات، من خلال تقديم معطيات وبيانات إلى الجمهور، ما من شأنه أن يؤدي إلى تقوية الصلة ويثبت درجات الثقة بين الجمهور أو المستهلكين الإفتراضيين من جهة، والطرف المعلن في الجهة المقابلة.



حملة إعلانية

Campagne publicitaire

79 ـ إعلان بريدي مباشر Direct mail advertising*- Publicité par correspondance directe

عملية إرسال منشورات ووثائق إعلانية، عن طريق البريد العادي. وبواسطة البريد الإلكتروني، أصبح الإعلان يرسل عن طريق شبكة الأنترنت، وأحيانا كثيرة بتطفل، فيكون غير مرغوب فيه ويطلق عليه إسم سبام spam.



وسائل الإعلام والاتصال لنشر الإعلان

Medias for publicity

80 ـ إعلان تذكيري* Reminder advertising - Publicité de rappel

إعلان يعمل على تذكير الجمهور بخصائص وميزات السلع أو الخدمات أو الأفكار أو المؤسسات والهيئات المعروفة سابقا، وهذا لتلافي نسيانها من طرف الجمهور أو المستهلكين الإفتراضيين.

81 ـ إعلان تفاعلي *Interactive advertising- Publicité interactive

إعلان يكون حساسا ومتكيفا مع رغبات الجمهور، من خلال التفاعل معهم عبر شبكة الأنترنت، لإستخلاص ردود أفعالهم حول المنتج.

82 ـ إعلان تجاري* Trad advertising – Publicité commerciale

إعلان يتوجه به أصحاب المؤسسات التجارية والمصانع والهيئات، والتجار على اختلافهم، مستخدمين قنوات ووسائط من شأنها الترويج لمنتجاتهم وسلعهم، سواء كانت وسائل إعلام جماهيري أو وسائل أخرى كاللافتات والملصقات الحائطية والمنشورات، من أجل الوصول إلى الهدف الرئيسي وهو بيع السلع والمنتجات موضوع الإعلان.

83 ـ إعلان تعليمي* Instructional advertising - Publicité instructive

إعلان الهدف منه توضيح كيفية الاستخدام والتعامل مع المنتجات الحديثة، التي لم تكن موجودة في السوق، بغية تعريف الجمهور والمستهلكين الإفتراضيين عليها، وبالتالي ليس فقط من أجل الترويج لهذه المنتجات، بل أيضا ضمان الاستخدام الأمثل للمنتج الذي يؤدي إلى رضى المستهلك، وهو ما سيلعب دورا في تحسين وترقية صورة المؤسسة أو الجهة صاحبة الإعلان.

84 ـ إعلان غير مشذب – *Rough advertising Publicité rugueuse

نسخة أولى من إعلان إذاعي أو تلفزيوني يُسْتَخْدَم فيه ممثلون هواة وأدوات رخيصة وتحرير أولي.



التجارة الإلكترونية

E-commerce

85 ـ افتراضي* Virtual- Virtuel

كل ما يتعارض مع ما هو حقيقي وبذلك يمكن اعتباره اصطناعياً. في العالم الرقمي يعني المصطلح كل شيء تم تصميمه بواسطة الحاسوب. مع ذلك تملك هذه التصميمات أو هذه الحيل وجودا يقودنا بشكل متناقض إلى التحدث عن حقيقة افتراضية على غرار العوالم الخيالية المصممة في ألعاب الفيديو. وهذه العملية تتم في واقع ثلاثي الأبعاد يتكون من طول وعرض وعمق، وتوفر القدرة على الأخذ والرد عن طريق النظر في وقت آني بالاضافة إلى القدرة على سماع الأصوات وأحيانا القدرة على اللمس وأمور أخرى.

من أبسط أنواع الواقع الافتراضي الصورة التي يمكن تمحيصها أخذا وردا على جهاز حاسوب آلي شخصي. وباستعمال لوحة المفاتيح أو الفأرة فإن المستخدم يستطيع تغيير واجهة الصورة ثلاثية الأبعاد بأي اتجاه يريده أو حتى تكبير أو تصغير الصورة. وقد تحتاج إلى أدوات لإضافتها إلى المتصفح من أجل فحص هذه الصور. وعندما تصبح الصورة أكبر حجما ويصبح تحكم الفاعلية أكثر تعقيدا، فإن الادارك الحسي بالـواقع يزداد.

وبالإمكان تقسيم الواقع الافتراضي إلى قسمين:

- محاكاة بيئية حقيقية من مثل الجزء الداخلي لبناية أو لسفينة فضائية وغالبا ما يكون ذلك من أجل التدريب أو التعليم.
- إنشاء بيئة خيالية لغرض اللعب أو التعليم.

وأحد تطبيقات الواقع الافتراضي هو التصوير المعماري حيث يعطي هذا النظام الإحساس بالتجول داخل المنزل الذي لم يتم بناؤه بعد، ويحس المتجول باتساعه وتجربة نظم الإضاءة وشكل الأثاث، فيمكن إبداء الملاحظات على كل التفاصيل، من تصميم وديكور، وبذلك يأخذ المهندس المعماري وأخصائي الديكور الملاحظات في الاعتبار قبل البدء في التنفيذ.

86 ـ إقناع* Persuation - Persuasion

التأثيرعلى الآراء والأفكار والاتجاهات، لتغييرها بصفة كلية أو جزئية، وهذا بعرض الحقائق عن طريق تقديم أدلة واضحة ومقبولة.



الحضور الإعلامي في الانتخابت الفرنسية

Le rôle clé des médias dans les élections françaises 2012

وهـو عمليـة فكريـة وشـكلية يحـاول مـن خلالهـا أحـد الطرفـين التأثـير عـلى الآخـر أو الآخريـن

بغيــة إخضاعــه أو إخضاعهــم لفكــرة مــا أو رأي معــين، وعبــارة عــن اتصــال مكتــوب أو ســمعي بــصري، يهــدف بشــكل محــدد إلى التأثــير عــلى اتجاهــات واعتقــادات وســلوك المســتقبل.

وكذلك هو هدف أو نتيجة عمليات فكرية وثقافية يحاول فيها طرف التأثير على آخر وإخضاعه لفكرة أو رأي.

وفي الاعلام والاتصال قد يكون الاقناع عملية استراتيجية معقدة خاضعة لخطة زمانية ومكانية محددة تستهدف الجماهير المحلية أو العالمية، وتستخدم شتى الوسائل المتاحة للاتصال والاقناع بشكل مباشر أو غير مباشر. وقد تطور تأثير هذه وسائل الاعلام والاتصال الى أن أصبحت دراسته وقياسه في علوم الاعلام والاتصال في غاية الدقة والصعوبة لتعدد وتنوع أساليب الاقناع المستخدمة في العصر الحديث.

من ناحية اصطلاحية هو الجهد المنظم المدروس الذي يستخدم وسائل مختلفة للتأثير على آراء الآخرين وأفكارهم بحيث يجعلهم يقبلون ويوافقون على وجهة النظر في موضوعٍ معين، وذلك من خلال المعرفة النفسية والاجتماعية لذلك الجمهور المستهدف.

¤ يقول أرسطو: لكي يكون الإقناع مؤثرا حقا يجب توافر ثلاثة عناصر: الثقة، المنطق والعاطفة. الثقة بمعنى أن تزرع الثقة فيما يقال في نفسية الطرف الآخر عن طريق لغة الجسد وهيئة ونغمة الصوت والاستعداد الشخصي، والمنطق بمعنى عرض وجهة النظر بطريقة منطقية لا مراء فيها، والعاطفة يقصد بها تحريك المشاعر في الشخص الآخر.[1]



في. ،جان لوي دافيد، موت سقراط، لوحة محفوظة في متحف المتروبوليتان للفن نيويورك

Jacques-Louis David, "La mort de Socrate" (1787), conservé au Metropolitan Museum of Art de New York.

وبناء عليه، يعتمد نجاح الإقناع على :

- القدرة على نقل المبادئ والعلوم بالأفكار بإتقان
- معرفة أحوال المخاطبين وقيمهم وترتيبها.
- الجاذبية الشخصية بأركانها الثلاثة : حسن الخلق ، أناقة المظهر ، الثقافة الواسعة.
- التفاعل الإيجابي الصادق مع الطرف الآخر.
- التمكن من مهارات الإقناع وآلياته من خلال إمتلاك مهارات الاتصال وإجادة فنون الحوار مع الالتزام بآدابه.

1 ـ عبد الرحمن العيسوي، الحرب النفسية والدعائية، مصدر سابق، ص ص.210-211.

87 ـ آلة تصوير العين *- Eye camera - Appareil photo occulaire

آلة جديدة اخترعها العلماء حديثا تلتقط الصور بطريقة مشابهة للطريقة التي تعمل بها شبكة العين. فاستعارة الكاميرا باعتبارها من أنواع العين قد وجدت منذ اختراع التصوير الفوتوغرافي، الا أن مجموعة من الباحثين في معهد Neuroinformatics في جامعة زيورخ قد بدأوا بأخذ الأمور بحرفية أكبر لتطوير تقنية التصوير على هذا الأساس.



آلة التصوير المتنقلة للتحقيقات
Caméra pour reportages

88 ـ أمن إعلامي* Media security - Sécurité des médias

مختلف التدابير التي تسعى إلى تحقيق أعلى قدر من التحصين والاستقرار والطمأنينة لكافة عناصر ووسائل ومراحل العملية الإعلامية، ومن ثم المجتمع ككل، ضد أية رسائل ذات تأثيرات سلبية من خصوم الداخل وأعداء الخارج. وتزداد أهمية هذا المفهوم مع اتساع موجة ما يسمى بالعولمة، بكافة أشكالها وأدواتها وفنونها في العالم. وهي التدابير الكفيلة بحفظ النظام وضبط العلاقات بين الناس، على نحو عادل متوازن خدمة للأهداف والقيم العليا وحماية للمصالح العامة، في مختلف المجالات السياسية و الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

¤ الأمن الإعلامي لا يزال في طور النمو، بل إن الأبحاث والدراسات المتوفرة فيه محدودة وقليلة العدد. لم تكن مشاكل الأمن الإعلامي ذات أهمية في السابق، لعدم وجودها لأسباب عديدة، منها أن وسائل الإعلام كانت قليلة، وكان من الممكن التحكم بها، فالإذاعات يمكن التشويش عليها، والتلفزيون محدود المدى في البث، إضافة إلى محدودية الاستقبال، كما أن الجرائد والإعلام المكتوب كان يمكن منعه من المداخل الرئيسية. لكن كل هذه الرقابة الإعلامية الصارمة لم يعد لها وجود لأن وسائل الإعلام والاتصال قد تغيرت واخترقت هذه الحواجز، و قد حدث هذا في سنوات قليلة لم تزد عن العشرين عاما، حيث لم تعد هناك حدود مرئية ومعروفة لا يمكن تجاوزها. فالإنترنت وقوتها الإعلامية، والقنوات الفضائية، والطباعة عن بعد، والاتصالات

المتطورة، كلها ألغت وسائل الرقابة الممكنة في السابق. وأصبح في الإمكان توجيه الرأي أو تبليغ الرسائل الإعلامية الحسنة والسيئة بأسلوب سهل وميسر. وتظهر المشاكل في الأمن الإعلامي في:

- عدم وجود حدود فاصلة واضحة للحرية الإعلامية، فالحرية مطلوبة في الإعلام، ولكن إطلاق الحرية التامة يساعد على نشر البلبلة وتخويف الآمنين، ونشر المعلومات المضللة، وتلفيق الأقاويل وإهدار الكرامات والتعدي على الخصوصية الفردية.
- القطرية الإعلامية، بمعنى آخر عدم وجود إعلام عربي موحد، وفي دراسة ظهرت عن المهاجرين العرب، تبين ان الإعلام القطري، زاد في التفكك العربي بين أبناء المهجر، بل كان يثير النعرات في بعض مواضيعه، إضافة إلى البث في اللهجات المحلية، وصعوبة فهم الآخرين لها، جعل الإعلام القطري يزيد في التباعد بين العرب إعلاميا.
- العولمة واحتكار التقنية الإعلامية وأوعيتها، من دول الغرب خاصة، مما يتيح لهم تشكيل الفكر والرأي حسب مفاهيم معينة، قد تكون مدمرة أو غير صحيحة. وهذا نراه بوضوح في الأخبار وكيفية صياغتها في القضية الفلسطينية، فالإعلام الغربي ترى أن المقاومة الفلسطينية هي عمليات إرهابية، ويرى أن تدمير القرى العربية هو رد فعل مبرر بسبب المقاومة التي تقتل الأطفال الإسرائيليين. وهنا تكمن أهمية الأمن الإعلامي حيث التضليل، والرؤية الضيقة للحدث، مما يخفي الكثير من الحقائق.
- قصور الإمكانيات البشرية والتقنية والفنية للإعلام الأمني العربي، وضعف التوجيه فيه بل وسوء الاستخدام، مما يعطي النتائج العكسية لدى المتلقي.
- وهناك أسباب أخرى منها الأمية المنتشرة في الأقطار العربية، وضعف الإمكانيات المالية وقلة الخبراء لصنع قاعدة إعلام مميز ينطلق من أهداف واضحة[1].

89 - إندماج -Conglomération* - Conglomeration

الخطوة التي يقوم بها فرد أو مجموعة أو منظمة، من خلال شراء وسائل إعلام أخرى، مثل شراء صحيفة من طرف صحيفة أخرى، أو مجموعة صحف، وأهم ما يميز صناعة الصحافة حاليا هو الإحتكار الذي يجسده الاندماج.

1 ـ مي العبدالله، الاتصال والديمقراطية، دار النهضة العربية، بيروت 2005، ص ص.321 - 427.



انفتال

Warping

90 ـ انفتال - *Warping Transformation

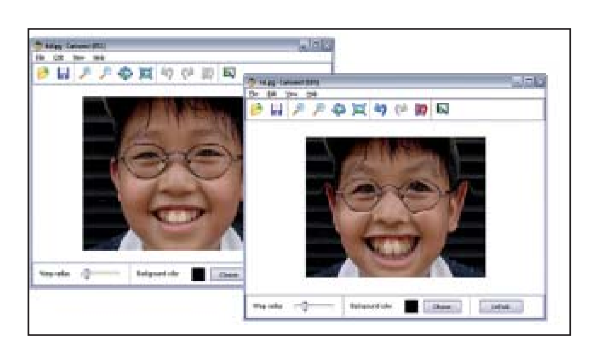
تنويع للتحوير حيث يتم إحداث بعض التغيرات في صورة واحدة مع مرور الوقت، ويتم الانفتال من خلال التأثير على بعض النقاط الأساسية في الصورة نفسها، أو الضغط لبعض هذه العناصر لينتج عنها شكل جديد ومختلف تماماً لنفس الصورة. ويمكن إعادة الصور لوضعها الطبيعي بنزع التأثيرات أو فك الضغط من عناصر الصورة الأصلية.

91 ـ إنماء* Development - Développement

التغيرات الفكرية، الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية، لأمة ما، الناتجة عن تحقيق المزيد من التقدم، ودفع واقع الفرد إلى الأحسن، عبر تمكينه من مواجهة صعوباته وتحقيق زيادة في الإنتاجية. ولا يمكن أن يحقق الانماء ثماره المرجوة إلا من خلال الحث على المشاركة الفعالة من طرف المواطنين، وذلك من خلال الوعي والإدراك والتفهم لبنائهم الاجتماعي، حيث أن أي تغيير هادف يجب أن يتوافق مع معايير المجتمع وعاداته وتقاليده، ومنظومة قيميه الثقافية.

ولا يمكن أن يحقق الانماء ثماره المرجوة إلا من خلال الحث على المشاركة الفعالة من قبل المواطنين، ووعيهم وادراكهم لبنائهم الاجتماعي، حيث أن أي تغيير هادف يجب أن يتوافق مع معايير المجتمع وعاداته وتقاليده، ومع منظومة قيمه الثقافية.

وللاعلام والاتصال مسؤولية كبيرة في بناء وانماء الانسان الذي يبني وينمي المجتمع والوطن. من هنا يأخذ اليوم موضوع المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام والاتصال أهمية كبرى في الدراسات والبحوث والأدبيات التي تركز على ضرورة أن تلعب هذه الوسائل دورها بالشكل المطلوب، أي أن تساهم في تكوين شخصية المواطن المسؤول وعاداته وقيمه، بما يخدم بناء الدولة االمتماسكة العصرية.



انفتال

Warping

92 ـ إيحاء* Allusion – Allusion

المحاولات التي تسعى إلى التأثير على تفكير الفرد وسلوكه واتجاهاته العاطفية دون اللجوء إلى استخدام أساليب الأمر والنهي أو حتى أساليب الاقناع المنطقية.

وهو الإشارة الى أمر لم يتم الافصاح عنه مباشرة، أوالكلام الخفي، أو إلقاء المعنى في النفس بخفاء وسرعة.

في علوم الاعلام والاتصال، هو الأسلوب المستخدم من قبل وسائل الدعاية والترويج المختلفة لاقناع الجماهير بفكرة معينة وبالتالي باتباع سلوك معين. وهو محاولة التأثير في تفكير الأفراد واتجاهاتهم العاطفية وسلوكهم من دون استخدام أساليب الاقناع المنطقية أو أساليب الأمر والنهي.

¤ ان الإيحاء، وقبل أن يتم التحول الجذري في المفهوم بتأثير علم النفس خاصة، حافظ ولمدة طويلة، على جزء من معناه التقليدي. ويبدو أن بلومفيلد وهلمسليف، استنادا إلى تصورات مختلفة، ظلا وفيين للتصور المنطقي لهذا المصطلح، وحاولا نقله إلى اللسانيات. فمن المعروف أن دلالة شكل لساني ما، عند بلومفيلد، تتحدد بكونها الوضعية التي يتم استعمال هذا الشكل فيها، والجواب الذي يحدثه عن المتلقي. لذلك فإن الفرضية الأساس للسانيات، تتميز بمجموعات لغوية بعينها بامتلاك تعابير لسانية متشابهة من حيث الشكل ومن حيث الدلالة، تقتضي بأن كل شكل لساني يملك دلالة نوعية. وتشكل هذه الدلالة الوضعية (أو قسم من الوضعيات بتعبير بريتو) الذي يقوم داخلها المتكلم، من خلال هذا الاسم عمليا، بتعيين الموضوع المتطابق معها[1].

93 ـ إيديولوجيا* Ideology – Idéologie

علم الأفكار، وهو العلم الذي يدرس مدى صحة أو خطأ الأفكار التي يحملها الناس، ويسعى إلى بناء الأفكار التي تتكون بفضل مختلف النظريات والفرضيات، من أجل أن تتلاءم مع العمليات العقلية لأعضاء المجتمع.

والاديولوجيا السياسية هي النظرية التي يلتزم ويتقيد بها رجل السياسة والمفكر السياسي إلى درجة كبيرة، بحيث تؤثر على كلامه وسلوكه السياسي وتحدد إطار علاقته السياسية بالجهات السياسية الأخرى من أفراد وجماعات.

¤ أول من وضع مفهوم الأيديولوجيا هو الفيلسوف الفرنسي دي تراسي **1754 - 1836.** وكلمة أيديولوجيا **Ideology** كلمة يونانية تتكون من جزئين، الجزء الأول **Idea** ويعنى

1 ـ F.de Saussure, Cours de Linguistique Générale , Payot, Paris 1968.

الفكرة والجزء الثاني **Logos** يعني العلم، فتكون الترجمة الحرفية "علم الأفكار". وقد تأثر دي تراسي بنظرية الفيلسوف الإنجليزي جون لوك التجريبية، كما تأثر بمذهب الفيلسوف الفرنسي كونديياك الذي يرد كل معرفة أو إدراك إلى أصول حسية بحت.



لوحة "الفيلسوف" لرمبرانت

«Le philosophe» par Rembrandt (1606-1669)

وكان أساس نظرية دي تراسي أن الفكر الإنساني ما هو إلا عملية ناتجة من تحول الاحساسات Sensations، إذ انه كان يرى أن الحالات الأربع الرئيسية للسلوك الواعي عند الإنسان وهي الإدراك والذاكرة والقدرة على الحكم Judgement والتمييز والإرادة، ما هي، في الواقع، إلا أشكال وتصنيفات مختلفة لاحساسات الإنسان. وقد امتدت هذه الأفكار المجردة إلى نظرة عامة لتفسير التاريخ والنظم الاجتماعية، الأمر الذي جعل من هذه النظرية أساساً للنظريات السائدة في فرنسا من أواخر الثورة الفرنسية، حتى تولي نابليون الحكم. وكان الذين يعتنقون هذه النظريات يسمون بالأيديولوجيين[1].

وقد استخدم دي تراسي كلمة أيديولوجيا بمفهوم أوسع وأشمل باعتبارها علم دراسة الأفكار والمعاني، ليس الأفكار في ذاتها، بل في تعبيراتها وأساليبها وتظاهراتها واستخداماتها ودلالاتها في مجتمع معين، وفي مواقف اجتماعية محددة وفي سياق حضاري ثقافي محدد.

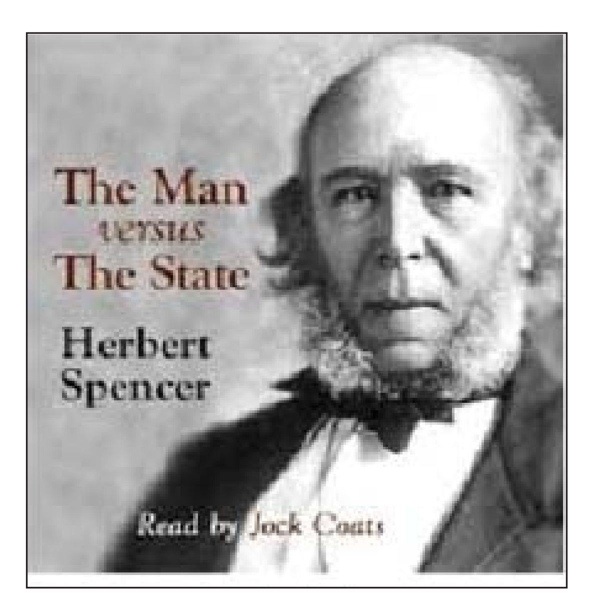
وقد أسهمت الماركسية في أواخر العقد الخامس من القرن التاسع عشر في بلورة مفهوم الأيديولوجيا، فكان أول تعريف قدمه ماركس وانجلز في كتابهما «الأيديولوجيا الألمانية» أن الأيديولوجيا عبارة عن نظام للأفكار الباطلة التي يمكن اعتبارها ثانوية وغير متصلة بحقيقة ثابتة (لأنها مجرد امتداد للبناء العلوي للطبقة الحاكمة)، وأنها مجرد محاولة لتبرير السيطرة الطبقية، فأفكار الطبقة الحاكمة، هي في كل زمن الأفكار الغالبة والمسيطرة. ولذلك فإن الطبقة التي تمثل القوة المادية المسيطرة في المجتمع، هي في نفس الوقت القوة الفكرية المسيطرة، وعلى ذلك فإن

1 ـ De Tracy Emmet Kennedy, «Ideology» from Destutt to Marx", Journal of the History of Ideas, Vol. 40, No. 3 (Jul.–Sep., 1979), pp. 353-368. http://www.jstor.org.

الأيديولوجية هي تشويه للحقائق بقصد تبرير موقف الطبقة الحاكمة، وقد لقبها إنجلز بأنها "وعي كاذب".

وهناك دلالة أخرى لمفهوم الأيديولوجيا عند ماركس وانجلز هي أنها وليدة مجموعة معينة من المصالح الاقتصادية لطبقة معينة أو جماعة معينة بصرف النظر عن كونها حاكمة أو لا. كما ربط لينين فكرة ارتباط الأيديولوجيا بمصالح طبقية معينة، فالأيديولوجيا تأتي نتيجة التفاعل بين العناصر الواعية في طبقة ما ومصالحها.

وقد استعمل لوكاتش المفكر المجري مفهوم الأيديولوجيا في كتابه "التاريخ والوعي الطبقي" سنة 1923 بالمعنى نفسه الذي كان لينين قد عرض له عندما حاول أن يناقض الصراع بين البناء العلوي الفكري للبرجوازية والبناء العلوي للبروليتاريا، على



هربرت سبنسر

Herbert Spencer 1924

أن الأول، بسبب سيطرته الاجتماعية، هو الذي جعل من الثاني تابعاً له. وكان الغرض من نظريته هذه ليس الحط من الأيديولوجيا البروليتارية، وإنما البرهنة على أن الصراع الطبقي في الميدان هو أكثر فاعلية من الصراع على الصعيد الأيديولوجي. أما المفكر الماركسي الإيطالي أنطونيو جرامشي Gramsci فقد



الماركسية اللينينية

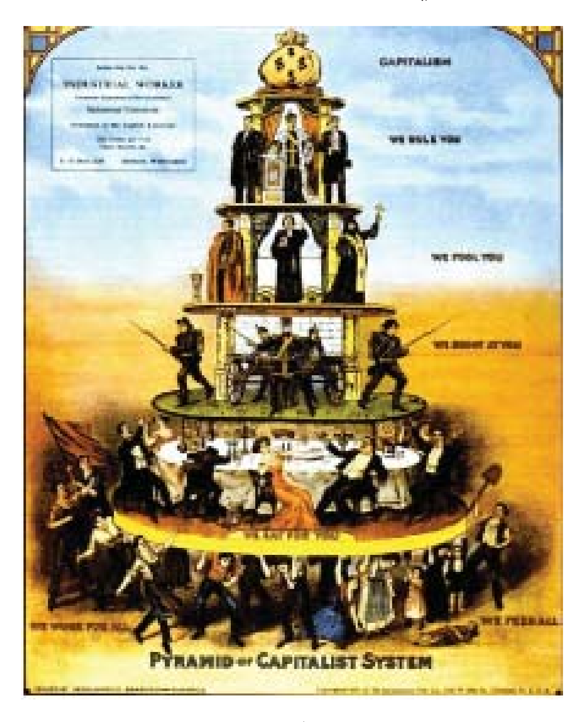
Le marxime léniniste

ذهب في تحليله للمفهوم اللينيني للأيديولوجيا، إلى أن البناء العلوي الفكري لا يأتي من نفسه كامتداد للطبقة، وإنما يأتي من خلال جماعة من أعضاء الطبقة المرتبطة بها عضويا، وهذه الجماعة هي المثقفون وهم بمثابة مسجلين لإرادة جماعية، ومعبرين عن اتجاه واضح في تاريخ الطبقة.

إلا أن نابليون سرعان ما ثار على الأيديولوجيا اعتقاداً منه أن هذه النظريات فيها أفكار خطرة وهدامة وتهدد الدولة المركزية القومية، واتهم نابليون الأيديولوجيين بأنهم يضللون الشعب ويقيمون نظريات سياسية واجتماعية، لا على أساس الواقع وحقيقة الطبيعة البشرية ولكن على أساس نظرية تجريدية وهمية، فهي أفكار جوفاء وأوهام فكرية منطقها التعصب للأفكار دون رجوع إلى الواقع. وقد تبنى مصطلح الأيديولوجيا فلاسفة الثورة الفرنسية من أجل مقاومة السلطة الدينية التي كانت تساند الطبقة الإقطاعية.

وقد تناول هابرماس الأيديولوجيا في علاقتها بالوعي الاجتماعي، وذلك على مستويين مادي ونظري. وعلى المستويين يربط مفهوم الأيديولوجيا بنقد الأيديولوجيا، وبالنقد الاجتماعي ذلك أن نقد أيديولوجيا ما يستلزم كشف القوة الاجتماعية صاحبة المصلحة في ترويج أفكار بعينها.

وحاول هابرماس أن يكشف عوامل التشويه والخداع وإخفاء بعض جوانب الحقيقة وابرز بعضها الآخر. فالأيديولوجيا قناع يخفي أكثر مما يعلن، ويزيف أكثر مما يوضح، وهو معنى سلبي طالما زعمه نقاد الأيديولوجيا على مر العصور الذين يعتقدون أن كل فكرة هي إحدى مفردات أيديولوجيا معينة، وكل أيديولوجيا هي قناع لمصلحة ما.



هرم النظام الراسمالي

La pyramide du régime capitaliste

وحدد هابرماس وظائف الأيديولوجيا فيميز بين وظيفتين مختلفتين، الأولى هدم وإزاحة، والثانية دعم وإحلال وتجديد. وإذا أخذنا مرحلة التحول التاريخي من النظام الإقطاعي إلى النظام الرأسمالي، نجد أن الأيديولوجيا الرأسمالية قد قامت بالدورين

معاً: هدم أيديولوجيا النظام الإقطاعي وبلورة نسق أيديولوجي جديد من الحرية والمساواة. ويعلق هابرماس أهمية خاصة على نقد الأيديولوجيا، ذلك أن النقد الأيديولوجي يقوم بكشف ما يخبئه النظام السائد من خلال الهيمنة الأيديولوجية من استغلال وقهر. ويقوم النقد الأيديولوجي بتبديد الأوهام والدعاوى الأيديولوجية الزائفة[1].

1 ـ D. Bell, The End of Ideology: On the Exhaustion of Political Ideas in the Fifties (2nd ed.)., Harvard Press, Cambridge 2000, p. 393-394..University

94 ـ إيهام* Illusion- Illusion

تبث وسائل الإعلام والاتصال الوهم وتنشره من خلال استخدام ألفاظ تحمل معاني متعددة، أو التلاعب بالألفاظ ليتوهم المتلقي بأمور غير صحيحة، ويبقى موقفها هي سليما. أو تعمل وسائل الاعلام والاتصال على منح نفسها المصداقية، فتقوم بإيهام الجمهور بأنها تأتي بالأخبار من مصادرها الأصلية، بحيث يظن القارئ أو المستمع أو المشاهد أن الوسيلة الإعلامية حصلت على المعلومات من مصدرها الأصلي.



كيف يمكن أن تتلاعب وسائل الاعلام والاتصال بالراي العام

Comment les médias peuvent manipuler l'opinion publique

95 ـ باقة* Bouquet- Bouquet

مجموع القنوات المعروضة للاشتراك، بشكل حزم، على التلفزيون عبر الكابل أو التلفزيون عبر القمر الصناعي أو التلفزيون الرقمي، والتي يمكنها أن تتبع في تصنيفها موضوع التخصص (رياضة، سينما، برامج اخبارية، أفلام وثائقية..) .

96 ـ بانوراما الصحافة* Press panorama- Panorama de presse

منتج إخباري يتكون من مجموعة مختارة من المقالات الصحفية بنصها الكامل، تنشر عادة على الشبكة الداخلية لشركة ما. ويمكن انجاز بانوراما الصحافة على شبكة الانترنت من قبل قسم المعلوماتية أو قسم الأرشفة والتوثيق، كما يمكن الحصول عليها خارجيا في صيغة الكترونية عند أحد مزودي الخدمات الصحفية.



بانوراما الصحافة

Panorama de la presse

97 ـ بيبلوغرافيا* - Bibliography Bibliographie

يرجع أصل كلمة بيبليوغرافيا الى اللغة الإغريقية، وهي مركبة من كلمتين، الأولى بيبليون Biblionومعناها كتيب صغير، والثانية غرافياGraphia ومعناها الكتابة والنسخ. من هنا فالبيبليوغرافيا تدل على كتابة الكتب أو نسخ الكتب.

وهي البحث عن الكتب وتصنيفها حسب مناهج وأساليب محددة، بغية استخدامها بصفة تجارية أو علمية.

وهناك نوعان رئيسيان من البيبليوغرافيا هما البيبليوغرافيا العامة، وهي التي تشمل جميع انواع الانتاج الفكري بأوعيته المتعددة من كتب ودوريات وخرائط وافلام وغيرها، و لا تخضع لأية حدود او قيود موضوعية او لغوية او نوعية، والنوع الثاني هو البيبليوغرافيا المحددة.

¤ يعد التنظيم البيبليوغرافي للمؤلفات من الاعمال القديمة العهد، قدم المكتبات، فقد نقشت على جدران معهد حورس في مصر القديمة أسماء الكتب المحفوظة في مكتبته كما وجدت في مكتبات بلاد ما بين النهرين قوائم من الطين المشوي، هي عبارة عن فهارس مقتنياتها. أما في بلاد اليونان القديمة، فقد اهتم الفلاسفة بهذا

النـوع مـن القوائـم ايضـا لمعرفـة مـا الفـه اقرانهـم مـن الفلاسـفة السـابقين مـع تراجـم حياتهـم وهـذه الاعـمال تعـد قوائـم ببيليوغرافيـة بالمفهـوم القديـم.



طباعة الكتب

Printing Books 1520

تطورت الببيليوغرافيا ومدلولها على مر العصور فأصبحت تعني قائمة بالكتب والمواد المكتبية الأخرى المستخدمة في كتابة مقال أو بحث ما، وهي مرتبة هجائيا وفقا لأسماء المؤلفين أو العناوين (في حال عدم وجود مؤلفين).

وقد شغلت قضايا الانفجار الإعلامي ومشكلاته العالم أجمع، بسبب الحاجات التي خلقتها الثورة العلمية، فتلاحقت الابتكارات والاختراعات بسرعة فائقة، وفروع التخصص العلمي ازدادت تعمقا وتشعبا، وتضاعف معها إعداد المؤلفات المنشورة في ميادينها بشكل كبير حيث أصبحت عملية التحكم فيها والسيطرة عليها من الأمور الصعبة الشائكة.

وظهرت هذه المؤلفات في أشكال مختلفة من كتب، وبحوث علمية، ورسائل جامعية، ونشرات، ودوريات، ومطبوعات رسمية، وغيرها من الأوعية الأخرى كالمصغرات الفيلمية وخرائط وأشرطة ممغنطة وتسجيلات صوتية، مما صعب على الباحثين الإحاطة بهذه المعلومات الوافرة وحتم على الباحث التفكير في مؤلفات تعرفه بما نشر وينشر تباعا في المعارض العامة والمخصصة حتى يعرف بوجودها ويهتدي إليها، وهو العمل الذي تقوم به الببيليوغرافيا بانواعها المتعددة وخدماتها المتنوعة[1].

وقد اعطى العرب هذا الموضوع جل رعايتهم و اهتماماتهم من خلال حرفة الوراقة التي ازدهرت ازدهارا كبيرا في بغداد، بعد معرفة العرب لصناعة الورق ونقله الى شمال افريقيا وجنوب اوربا عن طريق ايطاليا و الاندلس. وفي القرن 16م أنتج العلماء العرب عددا آخر من الوثائق الببيليوغرافية.

أمـا في اوروبـا، فلـم يـبرز الاهتـمام باصـدار القوائـم الببليوغرافيـة بشـكل ملمـوس إلا

1 ـ صوفي عبد اللطيف، مدخل الى علم الببليوغرافيا، دار المريخ، الرياض 1415هـ ص26.

عنـد منتصـف القـرن السـادس عـشر عندمـا حـاول السـويسري كونـاد جيسـتر ان يجمـع المطبوعـات المنشـورة في أنحـاء العـالم حتـى عـصره، داخـل كتـاب أسـماه "bibliothecca". والبرغـم مـن عـدم تمكنـه مـن تغطيـة جميـع هـذه المؤلفـات بشـكل فعـلي، فـإن عملـه هـذا كان محاولـة رائـدة في هـذا المضـمار.

ولم تكن الفهارس التي صدرت في اوروبا هنا وهناك حتى مطلع العصر الحديث تحمل لفظة «ببيليوغرافيا» ، بل كانت تحمل اسماء مختلفة مثل «لائحة جرد» أو « فهرس» أو «كاتالوج» أو «مكتبة» أو«دليل»، وأول من استخدم هذه الكلمة هو غابرييل نوديه، أمين مكتبة الكاردينال مازاران في فرنسا ضمن كتابه الببيليوغرافيا السياسية الصادر عام 1633 .

المكتبة الوطنية في لشبونة ـ البرتغال

Biblioteca do Palacio Nacional da Ajuda Lisboa III, Lisbon, Portugal

وكان أول من اوضح فكرة الببيليوغرافيا في فرنسا بمفهومها الحديث هو المؤرخ جان فرانسوا بتقسيمه اياها الى فرعين، الاول يعود الى فن الطباعة والثاني الى الكتب نفسها وتاريخها وفهارسها وقيمتها الذاتية ومؤلفها . ومنذ القرن الثامن عشر كانت الببيليوغرافيا النقدية قد بدات بالظهور كما عملت الوثائق الببيليوغرافية القومية والخاصة على التعريف بعناوين الدوريات منذ القرن التاسع عشر. اما الببيليوغرافيا الموضوعية التحليلية لكتب ومقالات الدوريات، فلم تعرف حتى مطلع القرن العشرين. وكان مفهوم الببيليوغرافي قد استخدم منذ عام 1956 ليدل على كاتب الكتب وناسخها، وهو معنى اصبح مهجورا فيما بعد، ثم اصبح يدل بعد عام 1814 على من يكتب الكتب .

وفي عصرنا الحديث أصبح الحاسوب يستخدم في اعداد القوائم الببيليوغرافية، وذلك بسبب الزيادة الهائلة في الانتاج الفكري وتنوع أوعيته، وبذلك اصبح يساعد مساعدة فعالة في عملية الضبط الببيليوغرافي عن طريق خزن المعلومات الببيليوغرافية لاسترجاعها بسهولة بشكل ناجح في عملية السيطرة على هذا الحجم الهائل من الانتاج الفكري المتزايد يوما يعد يوم.

تعتـبر كلمـة ببيليوغرافيـا في الوقـت الحـاضر مـن الكلـمات الواسـعة الانتشـار حيـث تسـتخدم مـن قبـل المتخصصـين في مجـال المكتبـات والمعلومـات في معظـم دول العـالم. وقـد أصبحـت كلمـة ببيليوغرافيـا مصطلحـا معربـا راسـخ الاسـتخدام مـن قبـل كافـة

الجهات والمنظمات المتخصصة والباحثين في مجال المكتبات والمعلومات في الوطن العربي. وتستخدم طرق عديدة في ترتيب البيبليوغرافيا أي ترتيب المواد داخل العمل البيبليوغرافي منها الترتيب الهجائي، والترتيب المصنف، والترتيب الزمني، والترتيب الجغرافي، والترتيب الشكلي، والترتيب وفقا لمؤسسات النشر.

وتتميز البيبليوغرافيا الحديثة باتساع التغطية وشموليتها على مصادر المعلومات الرئيسية، واكتفائها بالاشارات البيبليوغرافية فقط دون ذكر المكتبات او مراكز المعلومات التي توجد بها هذه الاوعية[1].

1 ـ أنظر: سامية محمود مغربي، الأرشفة في الوطن العربي، دار الطليعة الحديثة للنشر والتوزيع، القاهرة 2007.

98 ـ بث* Broadcasting - Diffusion

نشر البرامج ونقلها عبر الموجات التماثلية أو عن طريق التقنية الرقمية، ليستقبلها الجمهور الذي لديه جهاز استقبال يتم ضبطه لتلقي إشارة أي قناة.

هو مرتبط بالمجالين الإذاعي والتلفزيوني، وأصبح حاليا أشمل ليضم أيضا البث عبر شبكة الأنترنت، وهذا بإرسال ونشر برامج ومقتطفات صوتية ومرئية، سواء عبر مدونات ومواقع خاصة بصاحب البث، أو عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الدردشة.

تـأتي الكلمــة مــن فعــل ألقــى أو رمــى في كل الاتجاهــات وفي نفــس الوقــت. والبــث



بعد ثلاث سنوات من البث عبر الأقمار الصناعية الأولى، طفل يشاهد الصور الأولى التلفزيونية للقمر الصناعي في عام 1965 .

Three years after the first satellite broadcast, a child watched the first televised pictures of the moon in 1965 thanks to the technology introduced a few years earlier.

الإذاعي أو التلفزيوني هو البرنامج الذي يتم نشره عبر موجات الأثير ليستقبلها الجمهور الذي لديه جهاز استقبال يتم ضبطه لتلقي إشارة أي قناة.

99 ـ بث فضائي -*Satellite broadcasting

Diffusion par satellite

قيام القناة الفضائية بإطلاق برامجها على شكل ترددات وموجات الى الأقمار الصناعية عن طريق بعض الأجهزة المتطورة، ثم تقوم الاقمار الصناعية باعادة هذه الترددات والموجات والذبذبات على شكل بث فضائى، ويتم استقبالها عن طريق الأطباق، وبالتالي يشاهد الناس البرامج والاخبار والمسلسلات على شاشات التلفزة بكل سهولة. وقد وفرت بعض القنوات الفضائية وسيلة مشاهدة برامجها عن طريق البث المباشر على الانترنت، وهو ما يسر للكثيرين فرصة مشاهدة القنوات الفضائية على شبكة الأنترنت.

¤ ما كان لأي محلل في الستينات أن يقدر دور جهاز التلفزيون والبث الفضائي في نهاية القرن العشرين وقدرتهما على إنجاز ترابط العالم بشكل أقوى، والدور الذي يلعبانه في تعزيز العولمة، وتحويل الحدود الوطنية إلى حدود لا معنى لها بالمعنى الإعلامي. ففي عقد الستينات الذي عرف فورة التوظيف الإعلامي للتلفزيون في بثه المحلي، وتحوله إلى جهاز منزلي ضروري يتزايد اقتناؤه باطراد حتى عم كل المنازل تقريباً، كان الهدف الأساسي للتعامل معه يقوم على تعزيز محلية وقومية البث التلفزيوني، وقد كان ينظر إلى الفضاء القومي بوصفه امتداداً للسيادة القومية للبلدان، واختراقه اختراقاً لهذه السيادة[1].

وقد كانت موجات البث الإذاعي تستخدم أثناء الحرب الباردة من أجل التأثير على البلدان الأخرى من خلال بث برامج موجهة إلى هذا البلد أو ذاك. وكان هذا النوع من البث يعتبر واحداً من السلوكيات العدائية على هذه البلدان، التي كانت تعتبر موجات البث جزءاً من استقلالها القومي. وكانت بعض الدول تحارب هذا البث المعادي من خلال محطات تشويش تجعل أجهزة الراديو داخل بلدانها غير قادرة على التقاط هذه الموجات، وكانت تنجح أحياناً وتفشل أحيانا أخرى.

مع البث الفضائي الذي ولد في بداية الثمانينات، وتطور كثيرا خلال العقدين التاليين، أخذت الحدود القومية تتهاوى أمام البث الفضائي. وباتت أي محاولة لاستخدام الطرق السابقة في مواجهة هذا الغزو في عقر

1 ـ مي العبدالله، التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير، دار النهضة العربية، بيروت 2006، ص ص.62 - 63.

الدار من خلال التشويش، أو من خلال منع اقتناء الصحون اللاقطة في دول العالم الثالث ضرباً من الجنون.

وقد كسرت التطورات التقنية قواعد البث القديمة، وتحولت الحدود القومية إلى شيء لا معنى له بالنسبة لها، لأن اختراقها لا يحتاج لا إلى دبابات ولا إلى قوات عسكرية، ولا إلى قواعد متقدمة من أجل تقوية هذا البث. فقد أصبح البث التلفزيوني الفضائي قادراً على دخول أي بيت على الكرة الأرضية بصرف النظر عن البلد الذي يقع فيه، ورغماً عن سلطات هذا البلد التي لا تستطيع وقف هذه العملية التي أصبحت آلية مستقرة للبث التلفزيوني.

وقد أعاد هذا الواقع الجديد النظر في مفهوم البث التلفزيوني، ففي الوقت الذي كانت المحطات المحلية الموجهة تحتكر البث التلفزيوني في الحدود القومية، أصبحت الدولة مهددة من بث يأتي من وراء الحدود. وفي الوقت الذي كانت البرامج تأخذ طابعاً محلياً، أصبحت تصنع المزاج العام والرأي العام على المستوى العالمي، من خلال عولمة الذوق والفن والسياسة. وبذلك أصبح تأثر البث القادم عبر الأقمار الصناعية أقوى تأثيراً وأكثر مشاهدة من البث الأرضي الذي تعتمده الدول، وأصبحت القنوات المحلية من الماضي، متدنية المستوى وغير صالحة للمشاهدة، كما هو الحال في دول العالم الثالث.



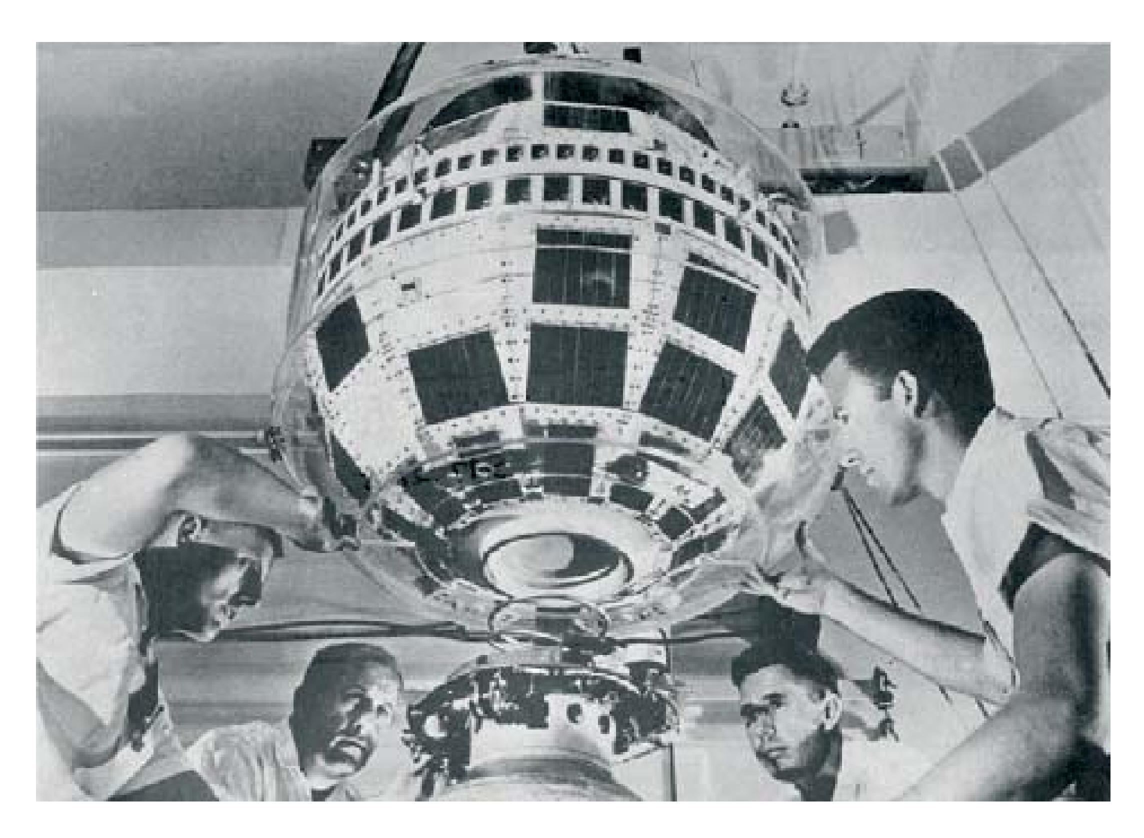
أول برنامج مواجهة تلفزيونية يبث من أوروبا إلى الولايت المتحدة في 15 أكتوبر 1963 وكان موضوعه" "الثورة المسيحية".

The first transatlantic face-to-face television broadcast from Europe to the U.S. takes place on October 15,1963 They are discussing "The Christian revolution".

كان للبث الفضائي الدور الكبير في تعزيز العولمة، فبواسطته تم تقديم صيغة تلفزيونية متجاوزة للحدود المحلية، غير مناطقية، سمتها الرئيسية تكمن في تجاوزها لأنماط البث القومي التقليدي، وبذلك هي مختلفة جذرياً عن الصيغة الخاصة بالبث القومي اذ هي تخترق الصيغ القومية لإيجاد تقاطعات رئيسية تجعل البث إلى مناطق متعددة القوميات ممكناً.

أما المشاهدون الذين يتوجه اليهم البث الفضائي في البث العابر للحدود، فهم جمهور متعدد الجنسيات، ولذلك على هذا البث الفضائي أن يجد التقاطعات التي تتجاوز القوميات دون أن تقطع مع الجمهور المستهدف، لأن طبيعة إنتاجه العالمي تجعله يقوم على معادلة مضادة لمفهوم البث القومي القديمة. وعلى هذا الأساس، كان الدور الرئيسي الذي لعبه البث الفضائي في العولمة أنه ساعد على تدفق المعلومات التي كانت تمر عبر الفلتر الإعلامي القومي، وقدم شبكات اتصال وعمليات دمج تعمل على نطاق عالمي.

وليست السياسة المجال الوحيد الذي شهد مزيداً من العولمة عبر البث الفضائي العابر للحدود القومية، بل هناك مجالات عديدة شهدت هذه العولمة، منها الموسيقى التي يهيمن على صناعتها في العالم عدد محدود من الشركات، والاقتصاد الذي تعمقت عولمته بفضل البث الفضائي الذي وفر المعطيات



اختراق التكنولوجيا: المهندسون يعملون على القمر الصناعي تلستار، التي أطلقته الناسا بواسطة أوربيت عام 1962.

Technology breakthrough: Engineers work on the Telstar satellite, which Nasa launched into orbit in 1962.

الاقتصادية للبورصة في ساحتها الرئيسية على مدار الساعة في كل مكان في العالم.. الا أن السياسة هي أحد أكثر المجالات التي يمكن لمس عولمتها من خلال القنوات الأخبارية خصوصا التي يشاهدها عشرات الملايين.

باتت وسائل الإعلام والاتصال، بفضل البث الفضائي أداة للتفاعل والانصهار والعولمة، إلا أن إشكاليتها الأساسية هي أنها موجهة من قبل مجموعة صغيرة من أصحاب المال والسياسة يسيطرون بواسطتها على أفكار الناس وآرائهم وقراراتهم..

100 ـ بث على الويب* Bit caster - Bit caster

المحطات الإذاعية التي يكون الوصول إليها حصريا على شبكة الويب، ويتم تحديثها بانتظام وتتضمن التعليقات ووصلات المعلومات وغيرها من الخدمات الالكترونية.

101 ـ بث ضيق النطاق

Narrowcasting* - Diffusion à bande étroite

هو الذي يوجه إلى جمهور مستهدف ومحدد، على اعتبار أن أغلب الجماهير مجزأة ومصنفة وفق خصائصها الديموغرافية وأنماط أنظمة حياتها. على سبيل المثال، تستهدف القنوات المتخصصة للراديو والتلفزيون الحديثة، جماهير تشترك بصفات واهتمامات معينة، مثل السن، والنوع، والطبقة الاجتماعية، ومختلف المتغيرات الإجتماعية الأخرى.

102 ـ بحث* Research - Recherche

نشاط منظم يجريه باحث أو مجموعة من الباحثين، من أجل حل مشكلة أو مجموعة مشاكل، ومحاولة اكتشاف علاقات جديدة بين متغيرات مختلفة أو معلومات حديثة، أو تصحيح أو تحقيق أو تطوير الحقائق والمعلومات الحالية.

وكلمة بحث كلمة شاملة، فبعيدا عن المجال العلمي، يمكن أن تدل في مجال الإعلام الاستقصائي على تنقيب ومحاولة الحصول على الأخبار والمعلومات والمصادر من طرف الصحافيين، وهو في هذه الحالة محاولة منظمة للوصول إلى إجابات أو حلول للأسئلة التي تواجه الأفراد والجماعات في مختلف مجالات حياتهم.

أهم خصائص البحث هو أنه موجه لإيجاد حلول لمشاكل تواجه الإنسان في حياته من جهة، ولمحاولة تطوير وتنمية المعرفة الإنسانية من جهة أخرى.

103 ـ بحث تاريخي* - Historical research Recherche historique

البحث الذي يصف ويسجل الأحداث والوقائع التي جرت في الماضي. وهو لا يقف

عنـد الوصـف والتأريـخ للـماضي فقـط، بـل يسـعى إلى تحليـل وتفسـير المـاضي، مـن أجـل اكتشـاف تعميـمات تسـاعد عـلى فهـم الحـاضر والتنبـؤ بالمسـتقبل. ويركـز هـذا النـوع مـن البحوث عـلى التغير والتطـور في الأفكار والاتجاهات والممارسـات، لدى الأشـخاص، أو الجماعات، أو المؤسسـات الاجتماعيـة المختلفـة. ويسـتخدم نوعـين مـن المصـادر للحصـول عـلى المـادة العلميـة، وهـما المصـادر الأوليـة والثانويـة، ويحـاول بالدرجـة الأولى الحصـول عـلى مادتـه مـن مصادرها الأوليـة.

خبر غرق سفينة التيتانيك في جريدة "الصحيفة الصغيرة ـ لو بوتي جورنال"

La perte du plus Grand paquebot du monde

"Le petit Journal" 1904.

104 ـ بحث تجريبي* - Empirical research

Recherche Empirique

النشـاط العلمـي الـذي يبحـث في المشـكلات والظواهـر، عـلى أسـاس مـن المنهـج التجريبـي أو منهج البحـث العلمـي القائم على الملاحظـة، ووضع الفرضيات والتجربـة الدقيقـة المضبوطـة للتحقـق مـن صحـة هذه الفرضيـات. وأهـم ما يتميز به البحـث التجريبي هو كفاية الضبـط للمتغـيرات والتحكـم فيهـا عـن قصـد مـن جانب الباحـث.

105 ـ بحث تطبيقي* - Applied research

Recherche appliquée

البحث الذي يسعى إلى تطبيق المعرفة العلمية المتوفرة، أو التوصل إلى معرفة ذات قيمة وفائدة عملية يمكنها أن تساهم في حل بعض المشكلات المعاصرة. هذا النوع من البحوث ذو منفعة في حل المشكلات الميدانية، وفي تطوير أساليب العمل ومردوديته، في المجالات التطبيقية المختلفة كالتعليم والصناعة والزراعة.



خبر حرب الصين في جريدة "الصحيفة الصغيرة ـ لوبوتي جورنال"

La guerre de chine - couverture du "Petit Journal" 1904

106 ـ بحث علمي* - Scientific research

Recherche scientifique

تقصي الحقائق في شأن مسألة أو اشكالية معينة هي موضوع الدراسة، من خلال إتباع طريقة علمية منظمة تعد منهجية البحث، بغية الوصول إلى حلول ملائمة للعلاج، أو إلى حقائق صالحة للتعميم على المشكلات المماثلة وتسمى نتائج البحث، وهذا عن طريق استخدام ما يتناسب وطبيعة المجال البحثي من أدوات ومناهج.

والعلم نشاط انساني بطبيعته يعبر عن حاجة الإنسان الى معرفة وفهم ووصف وتفسير ما حوله من ظواهر بيئته ومجتمعه التي يتفاعل معها ويؤثر فيها وتؤثر فيه، وهو يبدأ من المعرفة المتاحة كماً وكيفاً التي سبق للعلم التوصل اليها في موضوع ما، وينتهي بإضافة نتائج دراسة الظاهرة الى هذه المعرفة ذاتها بطريقة منظمة ومنسقة مع ما كان معروفا من قبل. وهو ذو طبيعة تراكمية تجعل منه حالة استمرارية وديناميكية، أي مسيرة العلم مستمرة ومتسقة كما وكيفا مع الزمن.

عملية البحث العلمي هي بالتالي عملية مستمرة ومتطورة عبر مراحل أو خطوات ترتبط ببعضها عضوياً ومنطقياً، تؤثر فيها كل مرحلة ما على بقية المراحل وعلى النتائج النهائية للبحث وعلى القيمة الكلية للبحث، حيث تاخذ هذه العملية شكلاً دائريا تبدأ بفكرة، تتحول الى مشكلة بحثية. وتؤدي هذه المشكلة البحثية الى بناء فرضيات علمية أو طرح اسئلة تحتاج الى إجابات تتسم بأكبر قدر من الثقة، وهذه المرحلة تؤدي بدورها الى تصميم البحث ثم جمع البيانات وتحليلها من اجل اختبار الفرضيات العلمية أو توفير إجابات عن الأسئلة المطروحة. عندئذ تكتمل الدائرة، فوراء عملية البحث العلمي عملية فكرية تنطوي على قدر كبير من التفكير والخيال الإبداعي والإلمام الجيد بالنظريات العلمية والدراسات السابقة في موضوع البحث.

¤ عرفت منظمة اليونيسكو العلم بأنه النشاط الذي يقوم الإنسان من خلاله بمحاولات منظمة لكي يدرس بموضوعية الظواهر القابلة للملاحظة بقصد اكتشافها وفهمها فهما كاملا وفهم اسبابها، ويجمع معاً النظم الفرعية للمعرفة الناتجة عن التفكير والفهم المنظم في أشكال متناسقة، وغالبا ما يعبر عنه برموز رياضية يمكن استخدامها لصالح المعرفة ولفهم العمليات والظواهر التي تحدث في الطبيعة والمجتمع[1].

وقد ظهر العلم الحديث ما بين سنة 1450 وسنة 1700 حيث شهدت تلك الفترة ارساء قواعد معرفية بعيدة ومتحررة من أسر

1 ـ أحمد عبد الله الصباب ، أساليب ومناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، ط2، دار البلاد للطباعة والنشر، جده 1992، ص ص.22 - 28.

التفكير اللاهوتي، وظهور اتجاهات جديدة في البحث أثناء تطورات عصر النهضة، أدت بالتالي الى تغييرات جذرية في ميدان العلم من خلال المعرفة الجديدة، والى إعادة تشكيل المجتمع والحياة الإجتماعية . كل ماسبق أدى الى ظهور ما يسمى بلغة اليوم «الثورة العلمية» التي أتاحت مناهج وأدوات بحثية جديدة[1] .

فعندما قامت الثورة الصناعية، تغير شكل الحياة والمجتمع في أوروبا وخلقت مطلبا شعبيا بالمزيد من المعرفة، فأصبحت الحاجة الى المعرفة حاجة إجتماعية لدى الناس، وكان البحث العلمي الذي أدى الى تنوع الخيارات المتاحة للإنسان، وإعادة توجيه فهمه للكون بما فيه، وللمجتمع بكل ما يحتويه، ولنفسه بكل ما تشتمل عليه.

والبحث العلمي الحديث في علوم الاعلام والاتصال هو عبارة عن خطوات متتالية منتظمة تهدف لجمع البيانات حول اشكالية اعلامية واتصالية محددة، وتعريضها للفحص والتدقيق للوصول الى اكتشاف بيانات جديدة تساهم في حل المشكلة ونمو المعرفة، باستخدام ما يتناسب وطبيعة المجال البحثي من مناهج وأدوات.

1 ـ أنظر: مي العبدالله، البحث في علوم الاعلام والاتصال، من الأطر المعرفية الى المناهج البحثية، دار النهضة العربية، بيروت 2011.

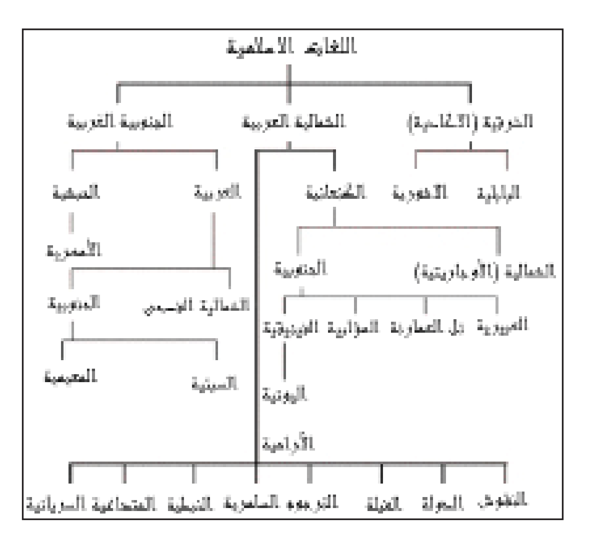


محطة Goonhilly الأرضية تحتفل بالذكرى 50 لأول بث بالأقمار الصناعية التلفزيونية

Goonhilly Earth Station is celebrating the 50th anniversary of the first satellite TV broadcast 2010

107 ـ بحث نظري* - Theoretical research
Recherche théorique

نوع من البحوث الذي يكون هدفه الأساسي والمباشر الوصول إلى حقائق، وقوانين علمية، ونظريات محققة. وهو بذلك يسهم في نمو المعرفة العلمية وفي تحقيق فهم أعم وأدق لها، بصرف النظر عن الاهتمام بالتطبيقات العلمية لهذه المعرفة.



اللغات الإسلامية

Langues islamiques

108 ـ بحث وصفي* - Descriptive research
Recherche descriptive

النشاط العلمي الذي يصف الظواهر أو الأحداث المختلفة، ويقوم بجمع الحقائق والمعلومات عنها، ووصف الظروف الخاصة بها، وتقرير حالتها كما هي في الواقع.

وعادة لا تقف البحوث الوصفية عند حد الوصف أو التشخيص الوصفي، بل تهتم بتقرير ما ينبغي أن تكون عليه هذه الظواهر أو الأحداث. وذلك في إطار قيم ومعايير محددة.

ومن أجل جمع البيانات والمعلومات للبحوث الوصفية، تستخدم أدوات وأنماط عديدة كالملاحظة، المقابلة، الإستبيان.

109 ـ برمجة اللغة* Language programation- Programmation du langage

تعتمد على الفهم النفسي العصبي للغة التي يتلقاها أفراد الجمهور المستهدف، من خلال أدواتها، كالصورة والصوت والكتابات، التي تدفعهم دفعاً نحو المعنى الذي يقصده القائم على التحرير والإخراج في الوسيلة الإعلامية. وهنا يلعب وعي الأفراد ومدى ثقتهم بنفسهم وبأدائهم، ومدى صبرهم واحتمالهم واقتناعهم بحسن فعل القائم بالاتصال، دوراً أساسيا في فهم حقيقة ما تبثه وسائل الإعلام والاتصال من مضامين مضللة.



لغات متعددة

Langues multiples

110 ـ برنامج حواري* Talk show- Talk-show

برنامج إذاعي أو تلفزيوني يستضيف متخصصين وأفراداً من المجتمع لمناقشة قضايا أو نشاطات أو جوانب من حياتهم.

وعادة ما يبث في وقت متأخر من الليل، ويتطرق لجوانب الترفيه، أو قضايا السياسة، أو القضايا الإجتماعية المثيرة للجدل، أو مواضيع أخرى حساسة. وبعض هذه البرامج تسمح للمشاهدين والمستمعين بالمشاركة عن طريق الهاتف، من خلال طرح أسئلتهم أو تقديم آرائهم حول القضايا المطروحة.



برنامج حواري

Talk - Show

111 ـ بريد إلكتروني* -Electronic mail Courrier électronique

منظومة تواصلية تتم بواسطة الحاسوب تستعمل لإرسال، وتلقي، وتخزين وتنظيم المعلومات المكتوبة التي تنتقل من شخص لآخر.

وهو نظام للتراسل الإلكتروني من خلال إرسال واستقبال الرسائل الإلكترونية، عبر شبكة الإنترنت، يتيح تحميل الرسائل النصية العادية وإرسال واستقبال الملحقات النصية والرسومية والصوتية وملفات الفيديو.

وقد اختصر البريد الالكتروني مسافات المكان والزمان وقد أصبح من أهم الوسائل الحديثة للتواصل والتبادل بين الناس في البلد الواحد أو في أماكن متباعدة في العالم.

112 ـ بريد صوتي* Voicemail – Messagerie vocale

الرسالة الشفوية الصوتية التي تترك على آلة الرد على المكالمات الهاتفية أو نظام التسجيل.



الاتصال الهاتفي الأول لمخترعه "الكسندر غراهام بل".

The first phone call made in the world telephone inventor Alexander Graham Bell 1892.

113 ـ بنك معلومات* Database - Banque de données

مجموعة من المعلومات أو البيانات

المتعلقة بميدان محدد من المعارف، منظمة لكي تلبي احتياجات المستعملين. وهناك نوعان رئيسيان من البنوك، هما البنوك البيبليوغرافية وبنوك المعلومات غير البيبليوغرافية. هذه الأخيرة تخزن المعلومات الفعلية وليس الإشارات البيبليوغرافية، فهي تقدم الإجابات والحقائق والبيانات.

وبنك المعلومات الالكتروني في لغة الاتصال هو مجموعة من المعطيات والمعلومات منظمة بهدف تخزينها بوساطة برامج تناسب تطبيقات محددة، بشكل يسهل التطور المستقل للمعطيات والبرامج ويسهل استرجاعها في أي وقت.

114 ـ بنك صُوَر* Images bank- Banque d'images

مجموع الوثائق السمعية البصرية الثابتة أو المتحركة، المجمعة داخل حامل أو داخل خادم انترنت يسمح بمطالعتها.

115 ـ بنك معارف* Knowledge base- Base de connaissances

يتضمن بنك المعارف بشكل افتراضي الوقائع والمعارف المكتسبة المعترف بها من طرف خبراء الميدان المعرفي. كما يتضمن القواعد والمنطق المتبع للحصول على تلك النتائج.

116 ـ بوابة* Portal- Portail

موقع شبكي يجمع بين محتويات متعددة بهدف أن يصبح نقطة عبور إلزامية نحو مواقع أخرى وبالتالي أن يخلق أكبر حركة عبور. وأمام التشتت المنحاز الذي نتج عن تزايد أعداد المواقع، مع ما يترتب عنه من صعوبة المعاينة لدى المستعمل، تبنت الشركات الكبرى التي تعمل على الانترنت، استراتيجية خلق بوابات عامة أو متخصصة.

117 ـ بيان* Statement - Déclaration

شكل من أشكال الاتصال الغرض منه الإخبار والإعلان عن حدث ما أو موقف أو تصريح، قد يكون مكتوبا في الصحافة المكتوبة أو على البريد اللألكتروني، أو مسموعا ومرئيا مباشرة أو في الإذاعة والتلفزيون.

118 ـ بيئة* Environment - Environnement

مجموعة العناصر الخارجية المحيطة بأي نظام أو ظاهرة أو جماعة أو مجتمع معين، والتي يمكنها أن تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على المنتمين إليها. فالبيئة بالنسبة للقائم بالاتصال أو المستقبل هو كل مايحيط به ويمكنه أن يؤثر في العملية الاتصالية ككل.

علم البيئة هو الدراسة العلمية لتوزع وتلاؤم الكائنات الحية مع بيئتها المحيطة، وكيفية تأثرها بالعلاقات المتبادلة بين الأحياء كافة وبين بيئتها المحيطة.

وبيئة الكائن الحي تتضمن الشروط

والخـواص الفيزيائيـة التـي تشـكل مجموعـة العوامـل المحليـة اللاحيويـة كالطقـس وطبيعـة الأرض، إضافـة الى الكائنـات الحيـة الأخـرى التـي تشـاركها موطنهـا البيئـي.



حملة بيئية

Campagne publitaire pour L'environnement

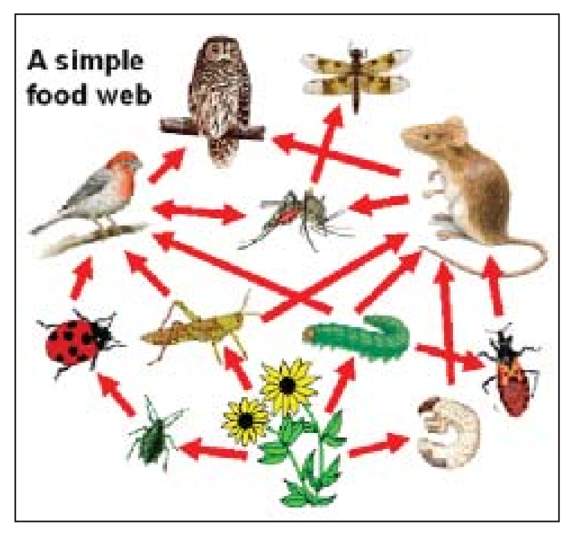
119 ـ بيئة إنسانية* Human environment

Environnement humain

جزء من علم البيئة يدرس فضاء الإنسان ونشاطاته المنظمة ومحيطه.

¤ ظهرت دراسة البيئة الإنسانية في سنة 1920 عن طريق انحراف دراسة تتابع النباتات في مدينة شيكاغو (بعد تسليط الضوء على التعاقب النباتي في مدينة شيكاغو)، وأصبحت مجالا للدراسة في السبعينيات. فالإنسان هو المستعمر لكل القارات والعامل الرئيسي في البيئة، وقد عدل في البيئة بتطوير حياته عبر التخطيط الحضاري، وتطوير طريقة الصيد، وكذلك النشاطات الزراعية والصناعية[1].

وتطـورت هـده الدراسـة وأصبحـت البيئـة



عالم البيئة

Ecology

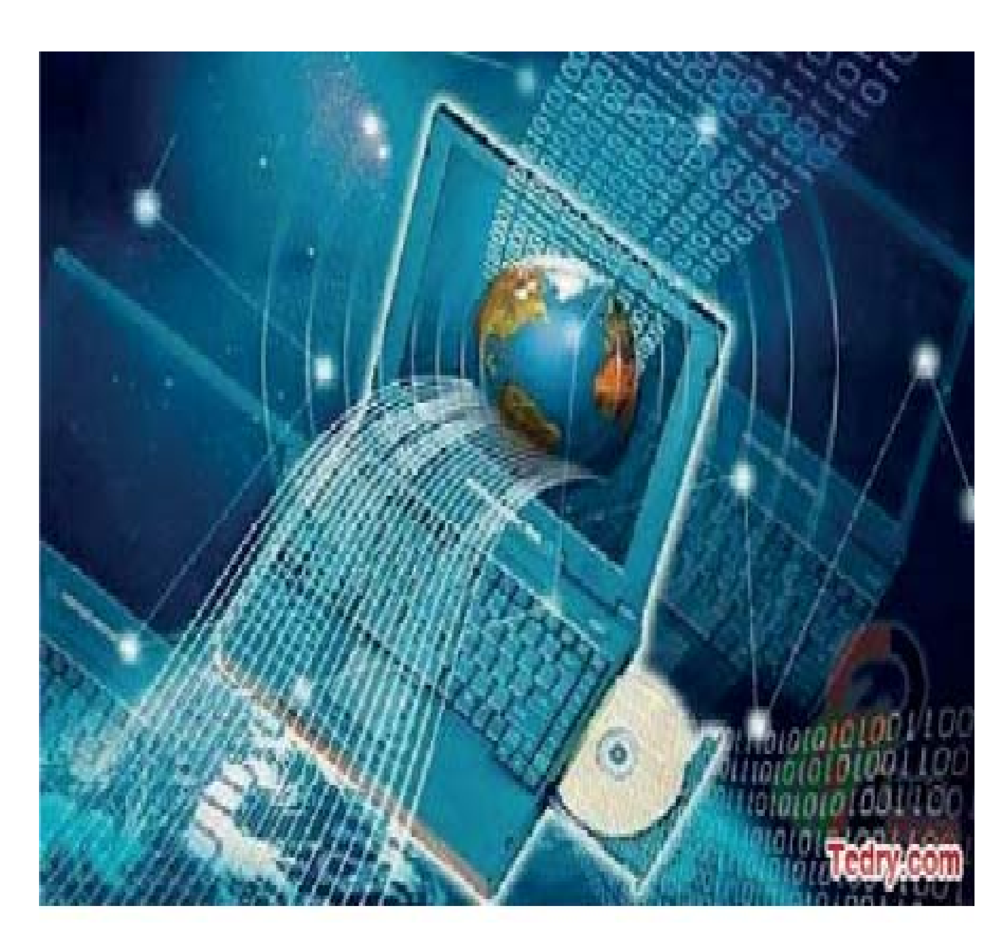
الإنسـانية تـدرس بفضـل انثروبولوجيـين ومهندسـين وعلـماء الأحيـاء وعلـماء البيئـة ومخططـين وأطبـاء. وقـاد تطـور علـم البيئـة الإنسـانية إلى تخصيـص جـزء مهـم للبيئـة في التخطيـط الإقليمـي. أصبحـت البيئـة الإنسـانية في السـنوات الأخـيرة موضوعـاً مهـماً للمتخصصـين في النظريـة التنظيميـة مثـل انـان وفريمـان، اللذيـن اسـتندا عـلى أن التجمعـات لا يسـعها إلا التكيـف مـع البيئـة، والبيئـة تختـار أو

1 ـ أحمد عبدالمعطي الجلاجلي، التغيير الاجتماعي، دار الشرق للطباعة و النشر، القاهرة 2009، ص ص17 -21.

ترفض سكاناً ما.

في سنة 1971، أصبحت الايكولوجيا جزءا أساسيا من السياسة العالمية، عندما شرعت اليونسكو في برنامج بحث سمي بـ «الرجل والمحيط الحيوي» يهدف إلى توسيع المعرفة عن علاقة الإنسان بالطبيعة، وبعد سنوات تم تحديد مفهوم المحيط الحيوي. وفي عام 1997، اعترف دوليا بخطر الأنشطة الإنسانية على المحيط خصوصاً الغلاف الجوي، أسفر هذا المؤتمر عن برتوكول «كيوتو»، وقد سلط الضوء على أخطار الغازات في الاحتباس الحراري، فهو السبب الرئيسي لتغيير المناخ. في كيوتو تيقنت معظم أمم العالم أهمية النظر إلى البيئة بنظرة موحدة أو على نطاق عالمي، وكذلك في تأثير النشاطات السياسية على بيئة هذا الكوكب[1].

1 ـ Voir: Patrick Matagne, Comprendre l›écologie et son histoire, La bibliothèque du naturaliste- Les origines, les fondateurs et l›évolution d›une science..., ed. Delachaux et Niestlé, Paris 2002.



النظام الرقمي

Le numérique

120 ـ تأثير* Impact- Impact

العملية التي تسعى إلى إحداث تغيير في سلوك الناس، عن طريق دفعهم لتبني آراء وأفكار وسلوكيات معينة، أو التخلي عن بعض الأفكار، أو اكتساب مهارات وأفكار جديدة، من شأنها أن تخدم الهدف الذي يسعى إليه مصدر التأثير.

¤ في مجال الاعلام، نشأ بين الباحثين خلاف جاد للتعريف بتأثير وسائل الإعلام في أواخر ثلاثينيات القرن العشرين، وبلغ أَوْجَهُ مع مطلع الخمسينيات. فكان هناك اتجاه يرى أن سلطة وسائل الإعلام على الناس مطلقة وقوية، وعُرف أصحاب هذا المنهج، في دراسة تأثير وسائل الإعلام، بأَتْباع مدرسة التأثير المباشر قصير المدى **Short term effect**. وأبرز نظريات هذا المنهج كانت نظرية الرصاصة أو الحقنة **Hypodermic Needle**. واستمر هذا الاتجاه في تفسير العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور مهيمناً، حتى أصدر جوزف كلابر سنة **1960** كتابه «تأثيرات وسائل الإعلام»، أكد فيه على التأثير المطلق والمباشر لوسائل الإعلام على الجمهور، وخرج بقانون شهير سُمي باسمه: «مبدأ كلابر للتأثيرات المحدودة» **Minimal Media Effects**. ولم تحسم طروحات كلابر موضوع الجدل حول تأثير وسائل الإعلام، وتركز الخلاف بين الباحثين على حجم التأثير والظروف التي يحدث فيها[1].



الحرب النفسية الاسرائيلية ـ ملفات ساخنة

La guerre psychologique israélienne

وتوصلت بحوث الإعلام إلى تحديد أهم المجالات التي تؤثر فيها وسائل الإعلام وهي: تغيير المواقف Change attitudes – Changement d'attitudes، التغيير المعرفي of change - Changement cognitif Cognitive، التنشئة الاجتماعية Socialization – Socialisation، الإثارة الجماعية - Réaction collective Collective reaction، الضبط الاجتماعي

1 ـ Everette Denis, The Media Society: Evidence about Mass Communication in America WMC, Brown co.Duburque, Lowa 1978, p.8.

Social control – Contrôle social، صياغة الواقع- Reality defining Définir la réalité.[1]

تؤثر وسائل الإعلام والاتصال في الجمهور، وتعيد تشكيل الواقع عبر رسائلها، وتروج لآراء معينة، وتعتم على آراء أخرى، من أجل تشكيل إجماع ورأي عام حول «أجندة» اجتماعية أو سياسية معينة.

ويبقى الجدل حول تأثير وسائل الاعلام والاتصال قائما الى اليوم، وتطرق الباحثون الى العديد من العوامل التي يفترض وجودها لوقوع التأثير، بعضها له علاقة بالوسيلة الإعلامية، من حيث هي مصدر للرسالة، سواء كان فرداً أو مجموعة، أو له علاقة بنوع الوسيلة، أو هو متعلق بالجمهور. وهذه العوامل يمكن تلخيصها، على النحو التالي:

- مصدر الرسالة الإعلامية: نفوذ المصدر وخبرته يؤثران في مصداقية الرسالة وبالتالي في قبولها.

- نوع الوسيلة الإعلامية: الصحافة، الإذاعة، التلفزيون.

- احتكار الوسائل الإعلامية: أي هيمنة الرأي والأيدولوجيا الواحدة.

- طريقة عرض الرسالة الإعلامية: الصياغة، تكرار العرض، المؤثرات الفنية.

- نوع الجمهور: رجال، نساء، أطفال.

وقد تركزت دراسات التأثير حول ثلاثة مواضيع



Le combat devant l'Hôtel de ville le 28 juillet 1830. Jean-Victor Schnetz, Paris, Musée du Petit Palais.

المعركة أمام قصر البلدية في 28 يوليو 1830. جان فيكتور شنتز باريس، متحف القصر الصغير.

أساسية:

أ- التنشئة الاجتماعية: مثلت نظرية ألبرت باندورا، في التعلم الاجتماعي Social learning Theory، أبرز النظريات التي اعتمدت في تفسير الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية. وقد درست النظرية أثر الشخصية القدوة في تعليم سلوكيات معينة، واهتمت بالأطفال على وجه الخصوص. كما أظهرت نتائج هذه الدراسة، والدراسات التي أتت بعدها، أن المشاهدين، خصوصاً صغار السن يتعلمون كثيراً من وسائل الإعلام.

ب- العنف: احتلت دراسات تأثير العنف المتلفز على الجمهور، موقعاً متقدماً في دراسات وبحوث الإعلام. مجمل النتائج التي تم التوصل إليها كانت على النحو التالي:

1 ـ T.Klapper, The Effects of Mass Communication, The free press, Glonacoe1961, pp.18-25.



ثورات العالم العربي

Les révolutions arabes 2011(...)

- أن الجمهور الذي يتعرض لوسائل الإعلام، يتعلم العنف من خلال الملاحظة والمتابعة.

- أن الأشخاص يتعلمون ويقلدون العنف الواقعي، وليس الخيالي. أي ذلك النوع من العنف الذي يمكن محاكاته، وتطبيقه في الحياة اليومية.

- أن تكرار التعرض لمشاهد العنف، يؤدي إلى تبلد الإحساس تجاه الجريمة، والممارسات العنيفة.. والسلوك الإجرامي بشكل عام.

- أن وسائل الإعلام تعلم الجريمة من خلال عرض الدراما، التي تتضمن أشكالاً من الجريمة المنظمة. كما أن استمرار التعرض للبرامج الإعلامية، التي تشتمل على مشاهد عنف وجرائم، يؤدي إلى الميل لقبولها كأمر واقع، والتسامح معها.

ت - الإثارة الجنسية: موضوع آخر ركزت عليه الدراسات وبحوث الإعلام المعنية بتقصي تأثير وسائل الإعلام في الجمهور، هو مشاهد الإثارة الجنسية. رغم أن مسألة الإثارة الجنسية تبدو هنا نسبية، فهي تحكمها الثقافة السائدة.

وقد توصلت نتائج هذه الدراسات إلى خلاصة مفادها:

- أن الشخص الذي يستثار جنسياً، من خلال وسائل الإعلام، يصبح أكثر عدوانية.

- التعرض لمشاهد الإثارة الجنسية يشجع الفرد على الاغتصاب ويؤدي به إلى التسامح مع جرائم الاغتصاب.

- استمرار التعرض للمشاهد الجنسية للذكور يؤدي إلى احتقار المرأة، والنظر إليها كشيء منحط، وغرض للذة فقط. كما أنه يولد موقفاً متسامحاً مع الرذيلة.

- إدمان التعرض للبرامج الإعلامية، ذات المضامين الجنسية، يخلق وضعاً نفسياً لدى الفرد يجعله يميل إلى تفسير سلوك الآخرين على أساس جنسي[1].



الحرية تقود الشعب (28 تموز 1830). أوجين دلاكروا. باريس، متحف اللوفر

La liberté guidant le peuple (28 juillet 1830). Eugène Delacroix. Paris, Musée du Louvre.

1 ـ مي العبدالله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت 2010، ص ص.261 - 301.

121 ـ تأثير مستتر -*Sleeper effect Effet latent

الردود على مضامين رسائل وسائل الإعلام التي لا تظهر مباشرة بعد التعرض لها، لكن تطفو وتبرز لاحقا.

122 ـ تأشير *Markup- Balisage

لغة وصفية موحدة المعاني للنصوص التي تفيد في التعرف على مختلف عناصرها الشكلية (فصل من كتاب، عنوان لمقال، فقرة في نص).

123 ـ تبسيط Dumbing- Simplification *down Nivellement par le bas

العملية التي يتم بموجبها جعل النصوص في وسائل الإعلام بمستوى شعبي بسيط، مثل التقارير الإخبارية، فعامل التبسيط من شأنه أن يكسب ويجذب جمهور أوسع من النصوص الموجهة للمثقفين.

124 ـ تثبيت الإعلان*

Advertisement recalling - Rappel de la publicité

السعي إلى تثبيت اقتناع الأشخاص بالمنتج أو الخدمة، ومحاولة استقطاب جماهير ومستهلكين جدد على الدوام، من خلال ترك أثر في ذاكرة المتلقي، يستطيع أن يستدعيه جزء منه أو أغلبه بعد فترة من القراءة أو الإستماع أو المشاهدة، عندما تكون فرصة الشراء مواتية،

التجارة الإلكترونية

E-commerce

وبالتالي تعتمد عملية تثبيت الإعلان على الذاكرة.

125 ـ تجارة الكترونية

E-commerce*- Commerce électronique

نظام يتيح حركة بيع وشراء السلع وتداول الخدمات والمعلومات من خلال شبكة الانترنت.

¤ لم يعد البريد الإلكتروني مجرد وسيلة للتواصل السريع بين الأفراد، بل أن كثيراً من الناس بشكل فردى وكذلك الشركات يستثمرونه في التسويق لمنتجاتهم سواء كانت مادية أم خدمية بسبب قدرته على توصيل رسائل إلى عدد كبير من الأشخاص وهو يخلق سوقاً واسعة للمنتج بل أن هناك شركات تخصص نشاطها في التسويق بالبريد الالكتروني.

يمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بالسوق الإلكترونية الشاملة التي يتوفر بها كل ما نبحث عنه من الخدمات. ويُمكن تقسيم نشاطاتها بشكلها الحالي إلى قسمين رئيسين هما: تجارة إلكترونية من الشركات إلى الزبائن الأفراد (Business-to-Consumer) ويُشار إليها اختصارا بالمصطلح B2C، وهي تمثِل التبادل التجاري بين الشركات من جهة والزبائن الأفراد من جهة أخرى. وتجارة إلكترونية من الشركات إلى الشركات (Business-to-Business)، ويُشار إليها اختصارا بالرمز B2B.

إن اعتماد الشركات على الانترنت يتيح لها عرض منتجاتها وخدماتها في مختلف أنحاء العالم طوال السنة، مما يتيح لها فرصة غير مسبوقة للوصول إلى جميع أسواق العالم في وقت واحد، وبأقل التكاليف.

126 ـ تجاهل* Ignore - Ignorer

إسقاط جانب المعلومات والمواقف التي يعرقل نشرها تنفيذ أهداف وسائل الاعلام الرامية إلى التأثير في الرأي العام بشكل معين.

يحب الجمهور أن تتفاعل المؤسسات والهيئات والشخصيات مع القضايا التي يهتم بها، ويحتاج إلى معرفة معلومات عن الجهات المتعددة ومواقفها المتلاقية والمختلفة إزاء تلك القضايا، وهنا تعبث وسائل الإعلام الممارسة للتضليل الإعلامي بالأمر ولا تهتم بتقديم الأخبار التي لا تخدم سياساتها ومصالحها.

127 ـ تحجيم* Compression - Compression

التقليل من عدد الإشارات الضرورية لتخزين وإرسال بيانات رقمية، و يتم ذلك من خلال حذف الإشارات المتكررة أو تلك التي لا يدركها الإنسان في الصورة والصوت.

128 ـ تحرير* Editing - Rédaction

عملية يتم فيها تبادل المفاهيم بين الأفراد، وذلك باستخدام نظام الرموز المتعارف عليها، فالمحرر هو المرسل والجمهور هو المستقبل، والرموز المتفق عليها هي الرسالة.

وللتحرير قواعد، فالتحرير الإعلامي مثلاً هو تعبير موضوعي وابتعاد تام عن الذاتية، ومن المفترض أن يعكس مشاعر الجماعة وآراءها. وهو مقيد بالمصلحة العامة وهذا يقتضي أن يقرر الواقع ويرصده بصدق وأمانة، لأنه يقوم على الوقائع والمشاهدة، وينأى عن المبالغة والتهويل.

والتحرير الاعلامي والاتصالي في المجال العام المفتوح اليوم هو إعداد رسائل واقعية موحدة، تبث لتصل إلى أعداد كبيرة من المتلقين المختلفين فيما بينهم من النواحي السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية، المنتشرين في مناطق متفرقة من العالم.



مظاهرات لحرية الصحافة في لبنان

La Liberté de la presse ou Liban 2006

129 ـ تحرير صحفي - News editing

Rédaction de presse*

التحرير الصحفي هو عملية اتصال جماهيريه متكاملة الأطراف ومستمره يقوم بها القائم بالإتصال أو المحرر الصحفي، بجمع المعلومات الصحفية ومعالجتها وصياغتها كرسالة او مضمون صحفي معين، سياسي او اقتصادي او اجتماعي او رياضي، في الشكل او القالب الصحفي المناسب، قد يكون حديثا او خبرا او مقالا، مع مراعاة الأسلوب واللغة والسياسة الصحفية عند اتحرير.

130 ـ تحريف *Deformation - Déformation

التغيير والميل بالكلمة عن معناها.

وفي الإعلام هو التشويش الذي يلحق بالرسالة الاتصالية، ويمكن أن يكون ذاتيا إذا كان بها تحريف داخلي، أو خارجي إذا كان التحريف يأتي من الخارج.

وهناك أنواع عديدة للتحريف أهمها: التحريف اللفظي والتحريف المعنوي. التحريف اللفظي عبارة عن تغيير الشكل الظاهري لموضوع ما، كأن تضاف عبارة إلى حديث أو موضوع أو تحذف عبارة منه، أو أن يتم التلاعب بذلك الحديث عن طريق تقديم وتأخير جمله وعباراته بشكل يؤدي إلى تغيير في المعنى. وفي الحالتين فإن ما يحصل هو نوع من التصرف في ظواهر وألفاظ الحديث. بينما في حالة التحريف المعنوي لا يتم التصرف في اللفظ، إذ يبقى اللفظ على حاله. لكن يتم بتفسير ذلك اللفظ بشكل يؤدي إلى مفهوم مخالف للمفهوم الذي قصده المتكلم.

131 ـ تحفيز الاستنكار* - Obtain disapproval

Obtenir la désapprobation

أسلوب يعتمد على إقناع الجماهير باستنكار أو نبذ فكرة لأنها تلقى قبولا عند جماعات مكروهة ومنبوذة في المجتمع، و بالتالي يتم ربط هذه الفكرة المراد استهجانها بالمجموعة المنبوذة، وكل من اتبع الفكرة هذه فهو ضمن الجماعة المعزولة تلك.

132 ـ تحقيق* Report- Reportage

استطلاع للأحداث والوقائع، ولجميع الأفراد الذين لهم صلة بها، والعوامل المؤثرة فيها، يهدف لتقديم الحلول المناسبة للمشكلة التي يتناولها الاستطلاع .

والتحقيق في حد ذاته لا يرتبط بالأحداث الآنية بصفة مباشرة، بل يقدم أكبر قدر من المعلومات عن الحدث أو الواقعة، التي يجمعها المحقق عن طريق المقابلات والاستمارات، ويمكن أن ينشر في حلقات متعددة ومتسلسلة.

133 ـ تحقيق إذاعي وتلفزيوني* Radio and Television report- Reportage de radio et télévision

الخروج بالميكرفون أو الكاميرا من الاستوديو لمقابلة شخصيات أو أفراد أو مجموعة من الناس بهدف تقديم شواهد حقيقية مرتبطة بموضوع التحقيق، من خلال الرأي والرأي الآخر. فالتحقيق يهدف في النهاية الى توضيح الحقائق للرأي العام في جمعه بأسلوب موضوعي أكبر كمية من المعلومات ومن الآراء والمواقف، وتقديمها في برامج اذاعية وتلفزيونية.



134 ـ تحقيق الاستعلام* Information report- Rapport d'information

تحقيق يلعب دوراً كبيراً في تشكيل الرأي العام، حيث يهتم بجمع التفاصيل المتعلقة بقضية ما تهم الناس ويلقي الضوء عليها من جميع جوانبها.

135 ـ تحقيق الخلفية* Backround report- Reportage de fond

تحقيق يستهدف شرح وتحليل الأحداث والكشف عن أبعادها ودلالاتها، فهو تحقيق يبحث عما وراء الخبر.

136 ـ تحقيق البحث (أو التحري*) Investigation - Enquête

المحرر في هذا النوع من التحقيقات هو أشبه برجل المباحث الذي يتولى مسؤوليته، في فك الألغاز والبحث عن الأسرار التي تكشف غموض الأحداث، وتهدف إلى الوصول للحقيقة.

137 ـ تحقيق توقعي* Anticipatory report- Reportage anticipatif

لا يكتفي بوصف الوقائع أو الظواهر أو المشاكل، وكيف وقعت، ولكنه يهتم بتطور الأحداث، وما يمكن أن تسفر عنه في المستقبل.

138 ـ تحقيق إلتفافي* -Loophole report

Reportage échappatoire

من أخطر أنواع التحقيقات إذا ما تم استغلاله لإلهاء الناس وإبعادهم عن التفكير في مشاكلهم أو قضاياهم فهو يشد القارئ بعيداً عن مشاكله اليومية، ويهرب به عن اهتماماته السياسية ليقدم له الجوانب الطريفة والمسلية والممتعة في الحياة مثل الرحلات والأحداث الغريبة، والمواضيع التي تدور عن نجوم الفن والمجتمع.

139 ـ تحقيق صحفي-* Press report

Reportage de presse

واحد من أهم الفنون الصحفية، فهو يجمع بين عدد من الفنون التحريرية في آن واحد، حيث يجمع بين الخبر وحديث الرأي، وهو من أصعب الفنون التحريرية، إذ يتطلب مقدرة وكفاءة عاليتين من المحرر، لذلك يعد المحقق أو الصحفي بقسم التحقيقات من أهم الصحفيين في الجريدة. وحتى يكون الصحفي في هذا القسم لا بد وأن يكون ذا خبرة ومراس في مجال الصحافة، حيث يكون قد تعلم وعرف كيف يحصل على الخبر، وكيف يجري الحوارات واللقاءات الصحفية، وكيف يفسر أو يعلق على ما يقال من آراء، وكيف يوازن بينها، ليقدم في النهاية تحقيقاً صحفياً يفسر الواقعة أو الحادثة أو القضية موضع التحقيق.

ويقوم التحقيق الصحفي على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه. ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات أو معلومات أو آراء تتعلق بالموضوع، ثم يزاوج بينها الموصل إلى الحل الذي يراه صالحاً لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة التي يطرحها في التحقيق الصحفي.

أي أن التحقيق الصحفي هو فن الشرح والتفسير والبحث عن الأسباب والعوامل الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدور حولها التحقيق، ولا بد أن تكون فكرة التحقيق أو قضيته هامة لأكبر عدد ممكن من الجماهير، وأن تتسم الفكرة بالجدة، أو تقدم معالجة جديدة في حالة ما إذا كانت قديمة.

يلبي التحقيق الصحفي وظائف الصحافة الأساسية وهي:

- وظيفة الإعلام: حيث يقوم التحقيق بنشر الحقائق والمعلومات الجديدة بين القراء.

- تفسير الأنباء: يقوم التحقيق الصحفي بتفسير الأخبار والأحداث وشرحها، وذلك بالكشف عن أبعادها الاجتماعية والاقتصادية ودلالتها السياسية.

- التوجيه والإرشاد: وذلك بتصديه لقضايا المجتمع ومشكلاته والبحث لها عن حلول.

- التسلية والإمتاع: يركز التحقيق الصحفي في كثير من الأحيان على الجوانب الطريفة والمسلية في الحياة.

- الإعلان: يشيد أحياناً التحقيق الصحفي بمشروع معين ويسمى في هذه الحالة بالتحقيق الإعلاني.

وتشمل مرحلة إعداد وتنفيذ التحقيق الصحفي ثلاث خطوات وهي:

- اختيار فكرة التحقيق: إن بداية التحقيق الصحفي تبدأ فكرة في عقل المحرر حين يرى أنها تهم عددا كبيرا من الجمهور، ويرى أن هذه الفكرة تحتاج إلى إيضاح وشرح وتفسير، أو إلى كشف الغموض الذي يحيط بها. ويزيد من أهمية هذه الفكرة أن تكون مرتبطة بالأحداث الجارية وبالقضايا التي تشغل المجتمع، ولكن لا يعني ذلك أن فكرة مرتبطة بحدث قديم يمكن أن تكشف عن جوانب جديدة فيه لا تصلح لأن تكون موضوع تحقيق صحفي، فالتحقيق يمكن أن يتناول واقعة قديمة بشرط تقديم زوايا جديدة.

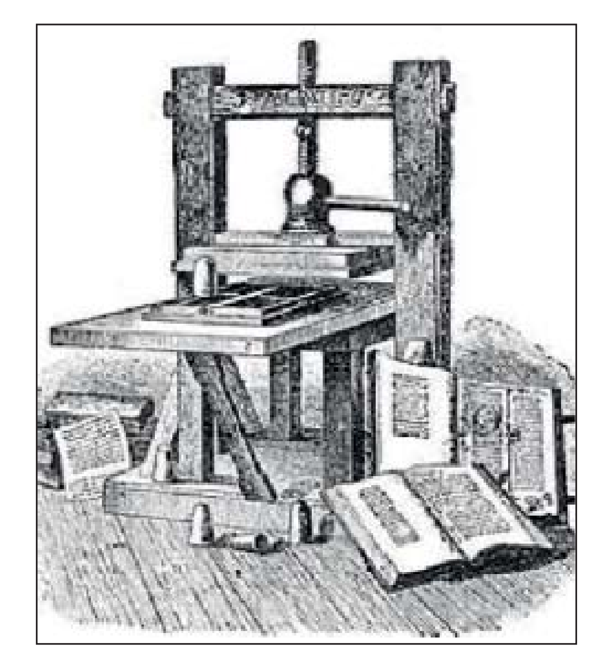


والحصول على فكرة التحقيق هو أصعب خطوة يمكن أن تواجه الصحفي في إعداد وتنفيذ تحقيقه. ويتطلب ذلك منه أن يكون يقظاً متابعاً لكل ما يجري من حوله في المجتمع من أحداث، وأن يكون متخصصاً في فرع بعينه، لأن التخصص يجعله يعرف كل شيء عن تخصصه، لذا يمكن أن يبدع ويبتكر فيه ويلاحق كل تطور يحدث في مجاله.

- جمع المادة الأولية للتحقيق: المادة الأولية للتحقيق هي التي تعتبر خليفة معلوماتية للتحقيق، وتساعد المحرر على بلورة فكرته. ويمكنه الحصول على هذه المعلومات من جهتين: أرشيف المعلومات الصحفية والمكتبة.

- تنفيذ التحقيق الصحفي: هذه الخطوة هي التي تمنح التحقيق حياته، فالخطوة السابقة تقدم معلومات جامدة، أما الخطوات الحقيقية فهي بداية الحصول على المعلومات الحية من المصادر المختلفة، والتي تتمثل في الشخصيات المرتبطة بموضوع التحقيق من قريب أو من بعيد. وللحصول على هذه المعلومات لا بد من إجراء لقاءات مع الشخصيات المختلفة التي يمكنها إعطاء معلومات هامة عن الموضوع، سواء المسؤولين أو الجمهور المرتبط بالقضية.

- كتابة التحقيق الصحفي: بعد كل المراحل السابقة للكتابة، تأتي المرحلة الأخيرة وهي مرحلة كتابة التحقيق الصحفي وتوجد ثلاثة قوالب فنية لكتابته تقوم جميعها على أساس البناء الفني للهرم المعتدل. أي أن كل قالب لا بد وأن يتكون من ثلاثة أجزاء هي المقدمة، الجسم، والخاتمة.



الطباعة الأولى

La première impremerie

140 ـ تحقيق صحفي مفصل* Detailed press report- Reportage de presse détaillé

أساسه الكلمة المكتوبة، تساعدها المواد المصورة (صور، رسوم، أشكال توضيحية) ويعتمد المحرر في تحقيقه هنا على المصادر الحية من خلال لقاءاته مع الأشخاص المرتبطين مباشرة بالقضية أو الفكرة، من مسؤولين وجمهور أو مهتمين وباحثين ودارسين، كذلك يمكنه الاعتماد على المصادر غير الحية مثل قراءة الوثائق والبيانات والإحصاءات المتعلقة بموضوعه، وهكذا يستطلع مختلف وجهات النظر المؤيدة والمعارضة.

وهذا النوع من التحقيقات يتناول الموضوع من جميع جوانبه ويغطي كل عناصره، فهو يقدم خلفية عن الموضوع أو القضية، ثم يطرح كل الأسئلة المتعلقة به، ويحاول الحصول على إجابات عنها، بغية الوصول إلى حلول، ويتصف مثل هذا النوع من التحقيقات بالموضوعية.

141 ـ تحقيق صحفي مصور*

Photojournalism- Photojournalisme

يعتمد على المواد المصورة (الصور الفوتوغرافية) كعنصر أساسي، وتكون الكلمة المكتوبة فيه عاملاً مساعداً، أي عكس النوع الأول، حيث من المهم جداً الاعتناء بالصورة من حيث الوضوح والشمول.



تحقيق صحفي مصور

"Grands reportages" - France 24

142 ـ تحقق من الصدقية* -Authentification Authentification

تعني في المنظومات المعلوماتية الاكترونية إجرءات التحقق من نزاهة الرسالة المرسلة، وإجراءات الدقيق في وثيقة ما للسماح بتأكيد أصالتها.

143 ـ تحليل* Analysis - Analyse

العمليـة العقليـة التـي يتـم بموجبهـا إرجـاع

الظاهرة أو القضية أو المشكلة موضوع الدراسة من صفتها العامة المركبة إلى أبسط عناصرها وأجزائها، وبالتالي يمكن القول انه تفكيك وتجزئة القضية إلى مكوناتها الجزئية البسيطة، من أجل الوصول إلى طبيعتها وتركيبتها والدوافع والعوامل المساعدة أو المؤثرة فيها.

144 ـ تحليل اخباري* News analysis - Analyse des informations

الفن الواقع بين المقالة والخبر الذي يسعى إلى معالجة الأخبار وتفاصيل الأحداث، بمحاولة إيجاد علاقات يمكنها أن تربط حيثياتها ببعضها البعض، والكشف عن الأسباب والنتائج التي أدت إليها.

145 ـ تحليل مضمون* - Content analysis - Analyse de contenu

من الإجراءات المنهجية، يهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم الكمي والنوعي للمحتوى الظاهر للإتصال، ويسعى إلى كشف الدوافع والأهداف التي يحاول الكاتب الوصول إليها، ومدى تأثير محتوى المادة التحريرية، من نص وصور، في أفكار الأفراد واتجاهاتهم وآرائهم وميولهم نحو مختلف القضايا والمواضيع والأحداث.

هو اذن عملية عقلانية لفهم موضوع معين بأبعاده واتجاهاته ونتائجه، ولها أصولها وقواعدها وهي مبنية على النظريات العلمية.

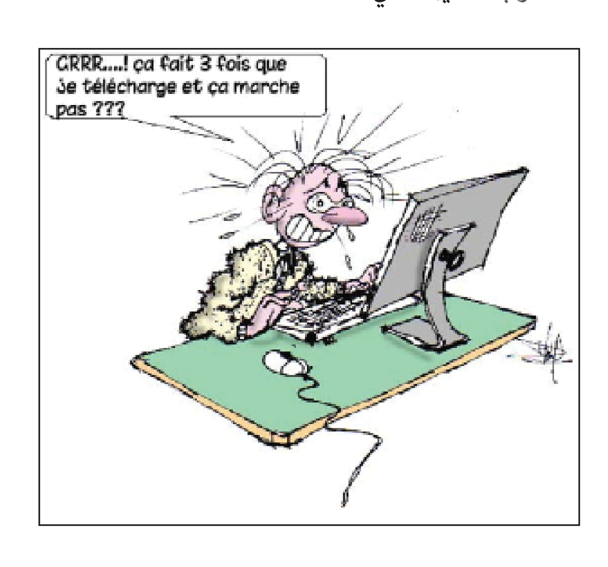
146 ـ تحليل متعدد الأبعاد

Multi variate analysis - Analyse multidimensionnelle*

منهج إحصائي يسمح بالبحث عن العلاقات المتواجدة بين متغيرات عديدة، ويميز بين ثلاثة أساليب: التصنيف، وتحليل العوامل وتحليل العلاقات الارتباطية.

147 - تحميل إلكتروني* Downloading - Téléchargement

عملية نقل البيانات من شبكة الأنترنت إلى جهاز الكمبيوتر، أو من جهاز كمبيوتر إلى آخر. وهو إرسال عن بعد لملف نتائج البحث التي تتم في بنوك معلومات أو في وثائق إلكترونية موجودة في خادم بعيد، من خلال تحويله على سبيل المثال إلى القرص الصلب التابع لحاسوب صغير محلي.



صعوبات التحميل الإلكتروني

Difficultés du téléchargement

148 ـ تحوير Morphing*- Moduler

عملية الانتقال والتحويل بين مشاهد الفيديو من خلال إذابة ومزج لقطة داخل لقطة أخرى لينتج عن ذلك لقطة جديدة مختلفة، بانتقال النقاط (العناصر الصغيرة) بين كل من المشهدين من المواقع فى الصور الأصلية إلى الصورة الجديدة بسرعة عالية وتتابع سلس فى الانتقال، وهو يستعمل مثلا فى الرسومات المتحركة.

ويمكن تعريف التحوير أيضاً بأنه تقنية من تقنيات الإبهار التي تستخدم فى عروض الفيديو، من خلال توليد بعض الخصائص الجديدة بين مشهدين، عند تحويل مشهد أو لقطة أو هدف لآخر جديد.



تحوير

Morphing

149 ـ تحويل الانتباه* - Divert attention

Détourner l'attention

الأسلوب الذي يستخدم في الدعاية عادة من أجل تحويل انتباه الجماهير بعيدا عن قضايا ومواضيع محددة، إلى قضايا أخرى يستطيع من خلالها الدعائي نشر الآراء و الأفكار التي تهمه ويسعى إلى نقلها إلى الجماهير المستهدفة.

150 ـ تحويل المعرفة* -Knowledge transfer

Transfert des connaissances

توصيل المعارف المجمعة مسبقا عن طريق وسائط مناسبة لأشخاص ولمصالح إدارية تستفيد منها بالنظر إلى المشاكل التي تتعامل معها. ويشترط في تحويل المعارف المناسب والفعال وجود تفكير مسبق حول طرق الإختيار وأشكال التجميع بالإضافة إلى أنماط ووتيرة التوصيل.

151 ـ تخطيط الاعلام والاتصال* Information and communication planning - Planification de l'information et de la communication

حشد كافة الطاقات الإعلامية، البشرية والمادية، لخدمة الإستراتيجية العليا للوطن.

هو توجيه منظم لوسائل الاتصال في المجتمعات المتقدمة والنامية عن طريق جهاز مركزي يحرص على تحقيق الأهداف الأساسية للدولة ودعم الوحدة القومية. ويفيد التخطيط في تعجيل ومساندة التنمية الاقتصادية والاجتماعية، عن طريق استخدام

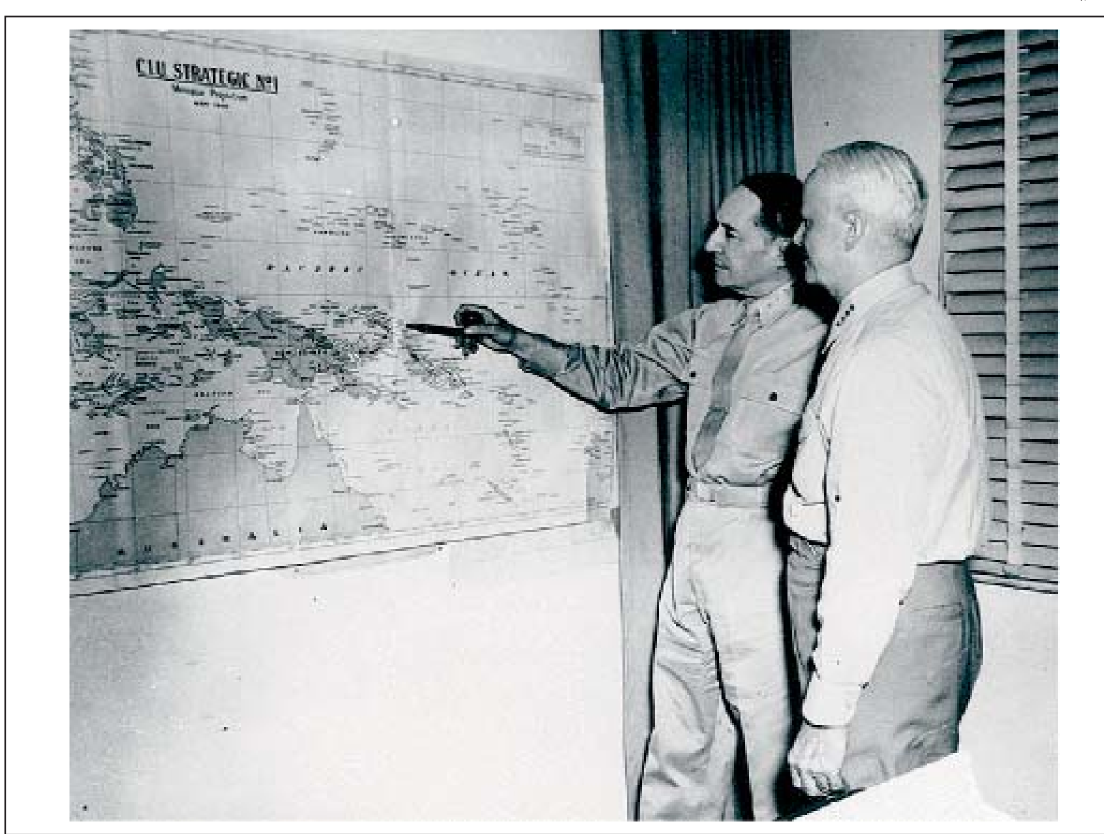
الأساليب الفنية والعلمية للاتصال طبقا لظروف كل بلد، وتعديل هذه الاساليب تبعا لمدى قربها من تحقيق الأهداف، عن طريق المتابعة والتقويم.

ويميز المخططون بين عدة أنواع من التخطيط الاعلامي- الإتصالي:

- تخطيط الاتصال: يؤثر التصور الاجتماعي على تخطيط الاتصالات تأثيرا مباشرا لأن نقل المعلومات وتداولها يعتمد أساسا على مصادر الاتصال المتوفرة، لذا سيطرت الحكومات بشكل مباشر على هذه المصادر ووضعت قوانين صارمة لاستخدامها.

- تخطيط الإعلام التربوي: يتم عبر إنتاج مصادر الاتصال في شكل برامج للإعلام والتعليم وتطوير نظام الإذاعة التعليمي بواسطة المؤسسات التعليمية أو بواسطة بناء مراكز لإنتاج وإعداد البرامج التعليمية، **و** يهدف إلى مساعدة الناس على التعلم بواسطة الإعلام أولا وتقليل التكلفة ثانيا، والقدرة على الوصول إلى أعداد كبيرة وواسعة من الجمهور.

- تخطيط الإعلام التنموي: يهدف إلى المساهمة في التغيير الاجتماعي والفردي ضمن إطار عملية التنمية.



الجنرال دوغلاس ماك آرثر، القائد الأعلى للقوات المتحالفة، جنوب غرب منطقة المحيط الهادئ، والأدميرال تشيستر دبليو نيميتز، القائد العام، يتاقشان استراتيجية حرب المحيط الهادئ في مقر ماك آرثر العام في بريسبان، أستراليا، 27 آذار1944

General Douglas MacArthur, Supreme Commander, Allied Forces, Southwest Pacific Area, and Admiral Chester W. Nimitz, Commander in Chief, discuss Pacific war strategy at General MacArthur›s headquarters, Brisbane, Australia, 27 March 1944.

وذلك عبر تنمية الشعور بالهوية القومية وإعلام الناس بأهداف التنمية وبرامجها.
- تخطيط الإعلام القومي: هو تخطيط مثالي أو بعيد المدى، وتسهر عليه اللجان القومية وفق رؤية وأهداف عامة..

وتمتاز السياسة الإعلامية بالمرونة والقدرة على تصحيح النهج السياسي مما يمكن الإعلام من القيام بدور بارز في التوجيه والتعبئة السياسية، ومن احتلال دور تربوي و ثقافي أساسي، والعمل على إبراز الشخصية القومية والثقافية للشعوب.

كما تحتوي السياسة الاعلامية على الاتجاهات الإيديولوجية المتناقضة والنشاطات الاجتماعية المتباينة والنزعات القومية والسياسية المتعددة، بالإضافة إلى مستويات الخبرة التكنولوجية الإعلامية المتفاوتة.

السياسة الإعلامية تحدد المواضيع والأهداف والسياق العام، والتخطيط يوحد السياسات ويدمج بعضها مع البعض الآخر. كما أن منطق السياسة ذاتها يمكن رصده أو التعرف عليه من خلال وضع الخطط المقصودة في التنفيذ، إذ ان غرض التخطيط التنبؤ بمسارات التنفيذ والتأثير في تلك المسارات والغايات التي يستخدمها.

والتخطيط الإعلامي هو أيضا عملية التنبؤ بالمستقبل ووضع الخطط وإقرارها وتدقيقها ومن ثم تقييمها، وهو أسلوب علمي يتضمن القواعد والمبادئ العلمية. فعلى المخطط مثلا أن يقوم بدراسة الجمهور دراسة ميدانية للوقوف على طريقة تفكيره وأنماطه وبنائه الثقافي وتركيبته الطبقية مع تحديد أساليب حياته اليومية. كما عليه دراسة مضامين وسائل الاتصال وأهدافها والتساؤل عن مدى تطابق المضامين التي تنقلها الرسائل مع الواقع الاجتماعي.

152 ـ تخويف* Scare- Effrayer

وسيلة من وسائل الدعاية وأسلوب من أساليب الحرب النفسية. فالتخويفُ أو الإرجافُ يسبق عادةً العمليات العسكرية الكبرى التي تنفذها الجيوش، كما أنه يستمر عبر التهديد والتلويح باستخدام القوة لمنع فعل ما أو دفع إلى فعل ما.

153 ـ تداول المعلومات* Flow of informations -Circulation des informations

نشر المعلومات بين أشخاص أو بين مجموعات متعددة، داخل كيان ما أو داخل كيانات متعددة تربطها علاقات في ما بينها. وقد يكون تداول المعلومات موضع إجراء تحدد بموجبه قائمة الأشخاص المرسل إليهم، وإن اقتضى الأمر ذلك، يحدد الترتيب الذي يجب أن تتبعه المعلومات في تداولها.



مدونات

Blogs

154 ـ تدوين* Blogging- Blogging

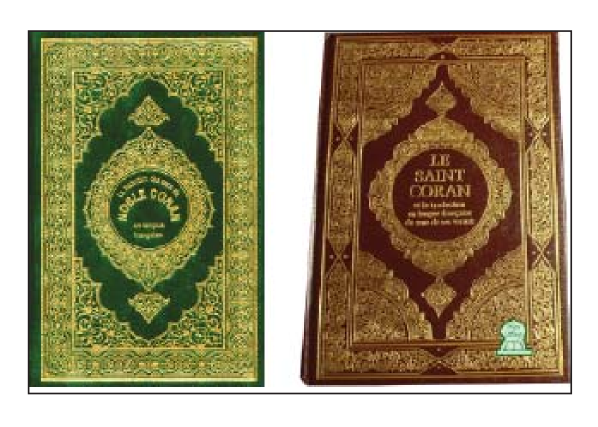
المدونة أو السجل الالكتروني، هي عبارة عن صفحة ويب تظهر عليها مواضيع تكون مؤرخة و مرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا، تصاحبها آلية لأرشفة النصوص القديمة، و يكون لكل موضوع منها عنوان إلكتروني لا يتغير منذ لحظة نشره يمكن القارئ من الرجوع إلى التدوينة. هذا و تختلف طبيعة المواضيع من مدونة لأخرى فهي قد تحوي روابط لمواقع، أو أخبارا أو أفكارا، كما أنها قد تستخدم كدفتر مذكرات، أو لنشر صور أو أشرطة فيديو أو قصائد شعر أو مقالات أدبية أو سياسية.

وعلى عكس المنتديات الإلكترونية التي يتقيد فيها الأعضاء بالقوانين الداخلية، الأمر الذي يحرمهم من هامش كبير من الحرية في كتابة أفكارهم بالشكل الذي يريدون، لكون بعض تلك الأفكار قد تتعارض مع توصيات إدارة المنتدى، على عكس ذلك فإن المدونة تمنح صاحبها الحرية التامة في التعبير عن نفسه كما يريد، سواء تعلق الأمر بطبيعة المواضيع المنشورة ، أو بأسلوب العرض.

من جهة أخرى يعد التفاعل بين المدونين والقراء من خلال التعليق على المواضيع المنشورة من أهم المميزات التي تتيحها المدونة. و عليه فمن وجهة نظر علم اجتماع الإنترنت، صار ينظر الى التدوين باعتباره وسيلة نشر موجهة للعامة. وسيلة أدت إلى زيادة دور الويب في التواصل أكثر من أي وقت مضى، هذا بالإضافة لكونه وسيلة للنشر و الدعاية والترويج للمشروعات والحملات المختلفة.

155 ـ تراكم* Accumulation- Accumulation

طريقة لحساب الجمهور لمعرفة كم ونوع الناس الذين يتعرضون لإنتاج معين لوسائل الإعلام، حيث يتم حسابهم مرة واحدة في مدة زمنية محددة. وبالتالي تتم معرفة طبيعة المتلقي الذي يتلقى الإعلان وتقبله له، ونسبة ذكائه وإصغائه، وإلتفاته إلى منبهات المنتجات (مثل الأشرطة الوثائقية، الأفلام، برامج التلفزيون)، ونتائج هذا الحساب تؤخذ بجدية بالغة.



ترجمة الكتب السماوية

Traduction des livres saints

156 ـ ترجمة* Translation - Traduction

نقل ما يقال أو يكتب، من لغة الى لغة أخرى، وهي بالنسبة للمترجم تفسير فكرة مصاغة من قبل غيره ضمن لغة أخرى. وقد تكون الترجمة حرفية أو بتصرف، وهناك الترجمة الآلية وتتم عن طريق الحاسبات الإلكترونية.

وأنواع الترجمة هي المكتوبة حيث يحول النتاج اللغوي الملفوظ أو المكتوب إلى نتاج ترجمي مكتوب بإتاحة مدة زمنية للمترجم تفصله عن تاريخ نشأة النتاج اللغوي المزمع ترجمته. وهناك الترجمة الملفوظة وهي ترجمة نتاج لغوي ملفوظ أو مكتوب إلى نتاج ترجمي ملفوظ وكذلك بإتاحة مدة زمنية للمترجم. وأخيرا الترجمة الفورية وهي مكتوبة أو ملفوظة وليست ملفوظة فقط. وتتميز هذه الترجمة بعدم إتاحة مدة زمنية للمترجم بين نشأة النص أو تقديمه للمترجم وبين عمله الترجمي. وعليه، قد يضطر المترجم إلى نقل كلام قيل مباشرة أو نص كتب قبل دقائق، وترجمته ترجمة فورية دون تفكير ودون مراجعة.

¤ في بادئ الامر كانت الترجمة سبيلا الى ايصال الرسالة السماوية الى عامة الشعب، فقد كتبت الاناجيل والتوراة بلغات قديمة ومتعددة كاللاتينية واليونانية، وحاول بعض المترجمين ومنهم القديس هيرونموس ان يتوصل الى تبسيط الانجيل لتستسيغه العامة ولكي يتوصل الى تطبيق افضل للديانة المسيحية. وبفضل هذه الترجمة زاد عدد المؤمنين لأن لغة التواصل اصبحت اسهل وابسط. من هنا ومع امتداد التاريخ توصل المترجمون الى نقل العلوم والمعرفة، وخلق اللغات القومية[1].



ترجمة كتاب الانجيل

La traduction de la Bible

وقد أثر الدين وأثرت الثقافة والعوامل الايديولوجية في كل هذا، ففي انجلترا ساهمت الرغبة في الحصول على لغة انجليزية بحتة الى تطوير الترجمة، وفي فرنسا ساعد تأثير

1 ـ Georges Friedenkraft, Une expérience de traduction, Gong (revue de haïku) 2010, 28, pp 51-55.

الملوك وعلاقاتهم الخارجية على استيراد العديد من الكتب، وفي ألمانيا أسهمت الكتب السماوية ومارتن لوثر في خلق لغة نموذجية.

من هنا فاننا نستنتج ان اللغة ليست فقط النقل من لسان الى لسان، بل هي ايضا إغناء اللغة وتوسيعها مع الحفاظ دائما على الجوهر.



الترجمة عند العرب

La traduction chez les arabes

ومما لا شك فيه أن الدور الهام للترجمة في العالم العربي لم يكن اقل شأنا مما كانت عليه في الغرب، فقد ساهم الخليفة العباسي المأمون عبدالله ابن هارون الرشيد (170 - 218 هـ) بنفسه في تطوير وتشجيع حركة الترجمة، حيث ارسل العديد من من علمائه ومترجميه وعلى رأسهم الحجاج بن مطر وابن البطريق إلى بلاد الروم لجمع المؤلفات والمخطوطات الاجنبية وترجمتها الى اللغة العربية. كان ذلك خلال فترة ازدهار الحضارة العربية حيث اللغة العربية واحدة من خمس لغات لا يستطيع العالم أو الباحث مهما كانت لغته الاستغناء عن تعلمها.

وتتحدث كتب التراث عن مواقف كرم الخليفة المأمون مع المترجمين مثل حنين بن اسحاق الذي اعطاه الخليفة وزن ما نقله الى العربية ذهبا، وعن المعاهد العلمية التي كانت ببغداد وعلى رأسها بيت الحكمة بالاضافة الى الحرمة العلمية النشطة.

وعرفت عائلات كاملة باحترافها للترجمة، مثل آل بختيشوع التي قام ستة من افرادها بالترجمة والتأليف في الطب، ولا ننسى كذلك دور المترجمين في عهد الدولة الاموية في الاندلس حيث نقلوا شتى انواع العلوم والمعرفة من كل بقاع الدنيا، في زمن ظل يتسم بالسواد وقلة المعرفة في كل اوروبا.

لقد جعل هؤلاء المترجمون اللغة العربية بوتقة صهروا بها ثقافات وعلوم الاقدمين، وأثبتوا قدرة اللغة العربية على استيعاب شتى انواع العلوم والتعابير لما تتميز به من دقة متناهية وطواعية مدهشة في التعريب، وقدرة كبيرة على النحت والاشتقاق، وثروة هائلة في الاستعمالات المجازية والمفردات[1].

لقد استوعبت اللغة العربية كافة العلوم بل واضافت عليها وامدتها بابداعات في اصول المجالات العلمية كالطب والهندسة والفلسفة والنباتات والاحياء والرياضيات والفلك.

1 ـ أنظر: علي اسماعيل الصياني، الترجمة في العصر الحديث، مكتبة السلام للنشر والتوزيع، القاهرة 2009.



ابن رشد

Ibn Rochd 1126

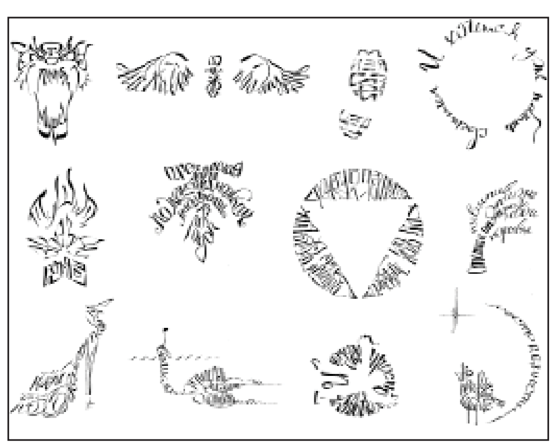
وإن كان القرنان الميلاديان التاسع والعاشر زمن اخذ العرب لعلوم الهنود والاغريق والفرس، فان القرون من الحادي عشر الى الثالث عشر الميلادي هو زمن عطاء العرب الى اوروبا.

لقد نقلت اوروبا عن العرب كتبا في الفلسفة والفيزياء والكيمياء والرياضيات والفلك والطب والتاريخ والتراث العربي والفنون والموسيقى والجغرافيا.. وخصوصاً في رسم الخرائط والملاحة. وكان الكندي والفارابي وابن رشد وابن حيان والخوارزمي من ألمع الاسماء العربية التي سيطرت على الفكر الاوروبي لقرون عديدة.

157 ـ ترفيه -*Entertainment Divertissement

الارتباط الجاد بأوجه النشاط التي يمارسها الفرد في أوقات الفراغ والتي يكون من نواتجها الاسترخاء والرضى النفسي.

كما أن الترفيه يعد أسلوبا للحياة ويعمل على تنمية شخصية الفرد الذي يختار مناشطه بدافع شخصي ليمارسها في أوقات الفراغ .



خطوط

Calligraphic

158 ـ ترقيم Numerisation*- Numérisation

عملية تحويل الكلمات والصور والرموز إلى لغة رقمية، يمكن الاستفادة منها وتحويلها وتخزينها، وتسمى رقمنة أيضا نظرا لتحويل اللغة إلى الرقمين الصفر والواحد.

هو التحول من الأساليب التقليدية المعهود بها إلى نظم الحفظ الإلكترونية، وهذا التحول يستدعي التعرف على كل الطرق والأساليب القائمة واختيار ما يتناسب مع البيئة الطالبة لهذا التحول.

159 ـ ترميز* Coding- Codage

إعطاء كل حرف من رموز الأبجدية، وكذلك الأرقام العشرية والرموز المتعلقة بالعمليات الحسابية والمنطقية، إضافة إلى أدوات التنقيط، أي ما مجموعه مائة حرف، عددا ثنائيا محددا يكون عدد ذراته مرتبطا بالرمز المستخدم.



ترويج

Promotion

160 ـ ترويج* Promotion - Promotion

نظام متكامل يقوم على نشر وبث ونقل المعلومات عن سلعة أو خدمة، بأسلوب اقناعي مصمم وموجه للتأثير على الجمهور أو المستهلكين لدفعهم لأخذ سلوك نحو الخدمة أو السلعة المروج لها، سواء باقتنائها أو استخدامها أو التعامل معها بما يعرف بالسلوك الشرائي.

¤ حددت الدراسات الاعلامية أهداف الترويج كما يلي:

- تزويد المستهلك بالمعلومات اللازمة عن السلع والخدمات المختلفة المتاحة في السوق.
- تكوين صورة ذهنية ايجابية عن ماركة تجارية معينة.
- استمالة الطلب على السلع والخدمات المروجة.
- تكوين اتجاهات ايجابية نحو السلعة أو الخدمة المروج لها.
- تعزيز المكانة التنافسية للسلعة أو الخدمة بين مثيلاتها المنافسة في السوق.

161 ـ تسجيل* Double - Double opt-in opt-in

الطريقة التي بموجبها يسجل المستخدمون أنفسهم، على أنهم مشتركون، في مواقع على شبكة الأنترنت، وهذا بغية الحصول على معلومات أو الدخول لهذه المواقع.

162 ـ تسلية* Entertainment- Divertissement



بيتر بروغل – لوحة " ألعاب الأطفال".

Pieter Bruegel "Children's Games" 1560.

أحد وظائف وسائل الاتصال الجماهيرية، وهي الأعمال التي يقوم بها الفرد بمحض إرادته، سواء للراحة أو للتسلية أو تنمية معارفه أو مشاركته اجتماعيا أو غيرها بعد التخلص من الالتزامات المهنية، العائلية أو الاجتماعية.

163 ـ تسميم *- Intoxi- Intoxe

استخدام مختلف الأدوات والأساليب المتاحة، من أجل التأثير في عقول ومشاعر

ونفسـيات الجماهـير، وذلـك بقصـد تغيـير أو تدمـير مواقـف معينـة، وإحـلال مواقـف أخـرى محلهـا تـؤدي إلى سـلوك يتفـق مـع مصالـح وأهـداف الطـرف المسـمم.

وفي الاعلام والاتصال هو وسيلة القصد منها التضليل، و إعطاء معلومات خاطئة أو تشويه لمعتقدات وأفكار أو أشخاص أو مجموعات، وعادة ما يستخدم كاسلوب دعائي للتعامل مع العدو في الحروب النفسية.

هو محاولة زرع أفكار معينة أو قيم دخيلة من خلال الكذب والتضليل، ثم العمل على تضخيم هذه القيم تدريجيا لتصبح قيماً عليا في المجتمع المستهدف. وعملية التسميم بهذا المعنى، مرحلة من مراحل المعركة مع الخصم أو مقدمة لمعركة قادمة، وهي تستهدف تبديل القيم أو التحلل من قيم معينة بشكل تدريجي وغير مباشر. والأخطر من كل هذا أن التسميم لا يمارسه العدو مباشرة وإنما يتم استعمال نخب فكرية وثقافية وفئات مختارة لتُنقل لها، في مرحلة أولى، الأفكار الدخيلة، ثم تُترك هذه النخب والفئات، في مرحلة ثانية، لتنقل تلك الأفكار إلى الجماهير من خلال أدوات الدعاية والإعلام المختلفة.

164 ـ تسوق افتراضي Cybershopping*-Achat cybernétique

الشراء والتسوق على مواقع وصفحات شبكة الإنترنت.

أصبحت شبكة الإنترنت اليوم تحتل حيزاً مهماً من حياة الفرد اليومية لكونها مصدراً من المصادر المهمة للحصول على المعلومة، عن أي موضوع يهمه ويتعلق بحاجاته الخاصة، أو حاجات المجتمع عامة. وأصبح للصفحات والمواقع التجارية مكانة هامة على الشبكة، حيث تستقطب المؤسسات التجارية على الانترنت الزبائن من كل أنحاء العالم، وتعمد الى تلبية حاجاتهم وطلباتهم بواسطة التوصيل المنزلي بأوقات قياسية.



165 ـ تشويق Suspens*- Suspens

الوظيفة التي تجعل المتلقي للرسالة الاعلامية مترقبا لمجريات الأحداث، وتطوراتها، ومتتبعا شغوفا لها، في الوسيلة الاعلامية والبرنامج أو المقالات الصحفية.

وهو صفة من صفات التوتر المطلوب لجذب اهتمام الجمهور.

166 ـ تشويه Falsification- Falsification*

تلجـأ وسـائل الإعـلام والاتصـال أحيانـا

كثـيرة، لتحقيـق مرادهـا بالتأثـير في الـرأي العـام، إلى التشـويه ونـشر الأكاذيـب وتلفيـق الأخبـار غـير الحقيقيـة.

وهو من اساليب الدعاية التي تتنافى مع رسالة الاعلام والاتصال وخدمتها للصالح العام.

167 ـ تصريح Declaration*- Déclaration

حديث مقتضب تدلي به شخصية ما إلى وسائل الإعلام، بقصد توضيح موقف أو إبداء الرأي والتعليق حيال قضية أو موضوع معين، أو الإعلان عن نبأ أو معلومة جديدة. كما يمكن اعتباره شكلا من أشكال البيانات التوضيحية، أو وثيقة تتضمن موقفا أو رغبة أو تعهدا حول موضوع أو قضية معينة.

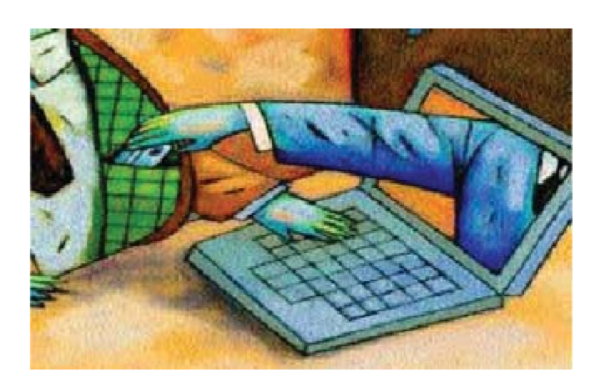
168 ـ تصفح* Surfing- Navigation

قلب الصفحات وقراءتها.

والتصفح الالكتروني هو التنقل من صفحة الى صفحة في الانترنت عبر الضغط على الروابط الالكترونية.

169 ـ تصنيف Classification*- Classification

أسلوب من الأساليب الدعائية، الغرض منه محاولة تمييز مواقف معينة وترغيب الجماهير في آراء و أفكار محددة، من خلال التقليل من ظهور عيوب الموقف، والإسهاب في اظهار محاسنه، مع الوقوف في وجه محاولات تشويهه.



التصيد

Phishing

170 ـ تصيد Phishing*- Phishing

محاولة الحصول على المعلومات الخاصة بمستخدمي الانترنت سواء أكانت شخصية أو مالية، عن طريق الرسائل الإلكترونية أو مواقع الانترنت التي تبدو وكأنها مبعوثة من شركات موثوقة أو مؤسسات مالية وحكومية، كالبنوك الإلكترونية.



التصيد الصوتي

Vishing

171 ـ تصيد صوتي Vishing* or Voice phishing ـ Vishing

محاولة الحصول على المعلومات الخاصة بمستخدمي الانترنت عن طريق الاتصال الهاتفي.

وتتم هذه العملية بأن يقوم المتصيد ببعث رسالة إلكترونية إلى المستخدم تتضمن رقم هاتف خدمة عملاء مزيف، وعندما يقوم المستخدم بالاتصال به، يتم سؤاله عن معلوماته الشخصية والمالية. أو يقوم المتصيد بالاتصال بالمستخدم والطلب منه أن يتصل برقم هاتف خدمة عملاء مزيف، وعندما يتصل المستخدم به يتم سؤاله عن معلوماته الشخصية والمالية.

وهذه العملية خطيرة بسبب إمكانية استخدام تقنية الصوت عبر الإنترنت (Voice over Internet Protocol (VoIP وبعض البرامج الرخيصة التي توحي للمستخدم بأن الرقم الذي اتصل به هو رقم مركز خدمة عملاء فعلي. كما يمكن تقليد بروتوكول البنك المتبع لخداع المستخدم وإيهامه بأن المتصيد هو أحد موظفي البنك.

172 ـ تضليل إعلامي*

Disinformation - Désinformation

نشاط تخريبي سيكولوجي يرتكز على حرب الكلام والأفكار والمفاهيم.

هو شكل من أشكال الدعاية والسلاح العصري السري، وله أساليب مختلفة منها الكذب والخداع، والإشاعة والتشويش، وإخفاء الحقائق، واختلاق وقائع ممسرحة، ونشر الشائعات، وإغراق وسائل الإعلام والاتصال بأكثر الأخبار تناقضا.

173 ـ تعبير Expression*- Expression

النشاط الذي يؤدي إلى نقل الآراء والمواقف والأفكار والمشاعر، من مرسل إلى مرسل إليه، بواسطة لغة مكتوبة أو سمعية- بصرية، أو من خلال تعابير الوجه والجسد.

174 ـ تعتيم اعلامي *Misinformation- Mésinformation

إخفاء وسائل الاعلام والاتصال لمعلومات يؤدي نشرها إلى تعذر أو صعوبة تحقيق أهدافها. وغالبا ما يحصل التعتيم مثلا في أخبار المعارك حول الخسائر أو أعداد الضحايا.

175 ـ تعرض* Exposure- Exposition

عملية استقبال الجمهور لمحتويات ومضامين الرسائل الاتصالية، عن طريق وسيلة اتصال جماهيرية.

ويرتبط فعل التعرض بمعايير وخصائص منها ما يتعلق بشكل ومضمون الرسالة، ومنها ما يتعلق بالوسيلة وطبيعتها كأداة مادية ناقلة للمعلومات، ويصاحبه في ذلك عنصر إتاحة وتوافر هذه الوسيلة وتوافقها مع الجمهور.

176 ـ تعزيز* - Reinforcement

Renforcement

النشاط الذي يقوم على تقوية الاستجابة وزيادة معدلها، أو جعلها أكثر احتمالية للحدوث، ويرتكز على مثيرات بيئية تأتي بعد السلوك وتزيد من احتمالية تكراره.



تعزيز

Renforcement

ويمكن تعريفه أيضا بأنه العملية التي يعمل بها مثير ما أو حدث معين على تقوية أو زيادة احتمالية ظهور السلوك.

177 ـ تعلم إلكتروني E-learning*ـ

Apprentissage électronique

التعلم الذي يستند إلى استخدام التكنولوجيا الأكترونية، مثل أنظمة الكمبيوتر والدورات الدراسية المستندة إلى شبكة الأنترنت.

178 ـ تعليم إلكتروني E-teaching*-

Enseignement électronique

طريقة للتعليم باستخدام آليات الاتصال الحديثة والشبكات والوسائط المتعددة بجميع أنواعها لايصال المعلومة للمتعلم بأقصر وقت وأقل جهد وأكبر فائدة. ويعتمد على استخدام الوسائط الالكترونية في الاتصال بين المعلمين والمتعلمين وبين المتعلمين والمؤسسة التعليمية برمتها.

179 ـ تعليم الكتروني متزامن

Synchronous e-teaching*-

Enseignement électronique synchrone

تعليم الكتروني يجتمع فيه المعلم مع الدارسين ليتم بينهم اتصال متزامن بالنص Chat، أوالصوت أو الفيديو.

180 ـ تعليم الكتروني غير متزامن

Asynchronous e-teaching *-

Enseignement électronique asynchrone

تعليم يمكن المعلم من وضع مصادر مع خطة تدريس وتقويم على الموقع التعليمي، ثم يدخل الطالب للموقع في أي وقت ويتبع إرشادات المعلم في إتمام التعلم دون أن يكون هناك اتصال متزامن مع المعلم.



تعلم إلكتروني

E-learning

181 ـ تعليم الكتروني موجه بالمتعلم Learner-led e-learning*- Enseignement électronique dirigé

إيصال تعليم عالي الكفاءة للمتعلم المستقل، ويشمل المحتوى على صفحات الويب، والوسائط متعددة، والتطبيقات التفاعليه عبر الويب، وهو امتداد للتعلم المعزز بالحاسب في برمجيات CD-ROM.

182 ـ تعليم إلكتروني ميسر Facilitated e-learning* - Enseignement facilité

تعليم يوظف تقنية الانترنت ويستخدم فيه المتعلم البريد الالكتروني والمنتديات للتعلم، ويوجد فيه ميسر للتعلم عبارة عن مساعدة (help)، ولكن لا يوجد فيه مدرس.



التعليم الإلكتروني

E-Teaching

183 ـ تعليم إلكتروني مضمن

Embedded e-learning* - Enseignement électronique intégré

التعليم الذي يكون مضمناً في البرنامج الالكتروني، مثال ذلك التعليم المقدم في نظام التشغيل ويندوز، فيوجد فيه معالج مساعدة help and support يقدم روابط أو أجوبة على أسئلة محددة، وقد يكون فيه معالج للكشف عن الأخطاء وإصلاحها داخل النظام. وهو تعلم من اجل حل مشكلة محددة، ويقدم منه نسختين إحداهما مع البرنامج الذي تم تحميله على حاسب المستخدم، والنسخة الثانية هي دعم عبر الويب، حيث يتصل المستخدم بالويب على رابط محدد ويقدم له حل المشكلة من خلال معالج يتبعه على الموقع.

184 ـ تعليم الكتروني توجيهي

Telementoring and coaching*- Guidance électronique

نمط التعليم الالكتروني الذي يعتبر امتدادا لنمط التعليم الخصوصي Tutorial في CD-ROM، وفيه يتم التعليم باستخدام تقنية الانترنت مثل مؤتمرات الفيديو التفاعلي، والتراسل الفوري، والهاتف عبر الانترنت، والعديد من الأدوات التي تشرف على التعلم وترشده.

وأنظمة التعليم الالكتروني الموجه هي برمجيات تستخدم في إدارة أنشطة التعليم من حيث المساقات، والتفاعل، والتدريبات والتمارين، وتعتبر أحد أهم حلول التعليم الالكتروني في الجامعات. ونذكر منها: أنظمة إدارة المساقات (CMS Course Management System)، وأنظمة إدارة

التعليم (LMS Learning Content Management System)، وأنظمة إدارة محتويات التعليم (LCMS Content Learning System Management)، ومنصات التعليم الالكتروني (E- Learning Platform)، والبوابة التعليمية (Portal of Education).

185 ـ تعليم مدمج -*Blended Learning

Enseignement mixte

دمج بين التعليم المتزامن وغير المتزامن، يمكن أن يشتمل على العديد من أدوات التعليم، مثل برمجيات التعليم التعاوني الافتراضي الفوري، والمقررات المعتمدة على الانترنت، ومقررات التعلم الذاتي، وأنظمة دعم الأداء الالكترونية، وإدارة نظم التعلم.

186 ـ تعليق* – Comment* – Commentaire

النص الذي يرد على لسان المعلق ويقوم بمهمة الربط والتوضيح، وهو عادة من وضع المؤلف أو كاتب المادة العلمية، ويقدمه المخرج في بعض الأحيان كما في الأفلام التسجيلية.

هو شرح وتدقيق وزيادة في المعلومات، ينشر في وسائل الإعلام والاتصال.

187 ـ تغذية راجعة*Feed back - Rétroaction

عملية تعبير متعدد الأشكال، تبين مدى تأثر المستقبل بالرسائل التي نقلها المرسل إليه بالطرق أو الوسائل المختلفة، وهي عنصر مهم في الاتصال لأنها عملية قياس وتقويم مستمرة لفاعلية العناصر الأخرى، كما أن لها دورا كبيرا في إنجاح عملية الاتصال، وأنها الوسيلة التي يتعرف من خلالها المرسل على مدى التأثير الذي أحدثته رسالته في المستقبل.



تغطية إعلامية

Couverture de presse

188 ـ تغطية* Coverage - Couverture

عملية الحصول على البيانات والتفاصيل لحدث معين والمعلومات المتعلقة به، والإحاطة بأسبابه ومكان وقوعه، وأسماء المشتركين فيه وكيف وقع، وغير ذلك من المعلومات التي تجعل الحدث مالكاً للمقومات والعناصر التي تجعله صالحاً للنشر.

والتغطية الصحفية نوعان، تغطية تمهيدية حيث يحصل الصحفي عليها عن طريق الإحساس بحدوث الخبر، أو تغطية صحفية تسجيلية التي تهتم بحدث وقع في مكان ما كتابة أو عن طريق التسجيل بالصوت والصورة.

189 ـ تغيير* Change - Changement

الحدث الذي يعني الإنتقال من مرحلة إلى أخرى أو هو التحول من حالة إلى أخرى، وهو يطرأ على التنظيم أو البناء الاجتماعي في الوظائف والقيم والأدوار الاجتماعية، خلال فترة زمنية وقد يكون هذا التغيير إما ايجابيا أو سلبيا.

والتغيير يشير إلى الاختلاف الكمي أو الكيفي ما بين الحالة الجديدة والحالة القديمة أو اختلاف الشيء عما كان عليه، في خلال فترة محددة من الزمن.



التغيير الاجتماعي بنظر إيما جولدمان

Social change as seen by Emma Goldman (1869-1940)

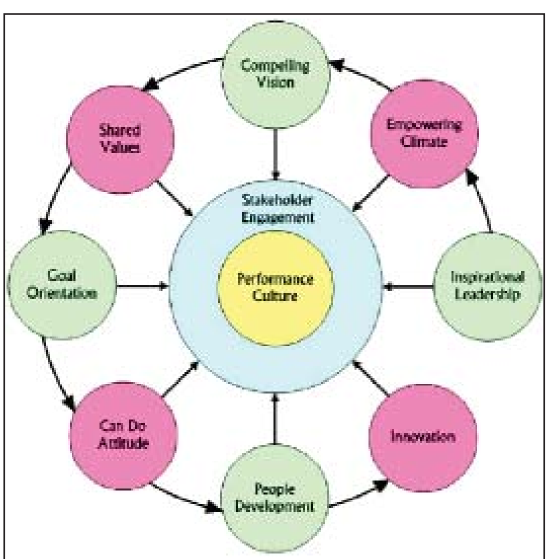
190 ـ تغير اجتماعي* Social Change – Changement social

التبدل الذي يحدث في بنية النسق الاجتماعي ووظيفته، أي الذي يصيب البناء الاجتماعي والقيم والعادات والأدوار خلال فترة من الزمن، وهو يطال خصوصا الجانب اللامادي للثقافة.

التغير الاجتماعي يخضع للنسبية الزمانية والمكانية حيث يختلف من مجتمع إلى آخر، وذلك نتيجة الاختلاف الثقافي بين المجتمعات. و يتميز التغير الاجتماعي اليوم عنه قديماً، بأنه أصبح أسرع من التغير قديماً نتيجة الثورة الصناعية التي غيرت كثيرا من القيم والأبنية الاجتماعية، مثل قيمة الوقت وقيمة العمل والبناء الأسري والسياسي والديني والاقتصادي وغيرها. فالاتصال الواسع بين المجتمعات المعاصرة نتيجة للتقدم في وسائل الاتصال المختلفة قد أدى إلى سرعة عملية الانتشار الثقافي، وبالتالي إلى سرعة التغير بوجه عام، أي أن سرعة التغير تواكب مسار التطور التكنولوجي.

تترابط التغيرات الحالية زماناً ومكاناً بعكس التغير قديما، الذي كان يحدث بصورة منفصلة ومتقطعة. فنحن نسمع اليوم بما يسمى بالقرية العالمية والعولمة في ضوء شبكات الاتصال وتدفق المعلومات، والتغير الذي يحدث في الغرب نجد صداه في المجتمعات الشرقية والعكس صحيح.

لقد أصبح التغير متوقعاً ومنتظرا وأسرع قبولاً لدى المجتمعات، وهو دلالة طبيعية على الانفتاح الحاصل بخلاف التغير السابق. وهو ذو تغير اليوم ذو طابع إداري مخطط وهادف ومقصود تصنعه المجتمعات وفق إرادتها، أما التغيرات التي كانت تتم في السابق فهي ذات طابع عشوائي وتلقائي.

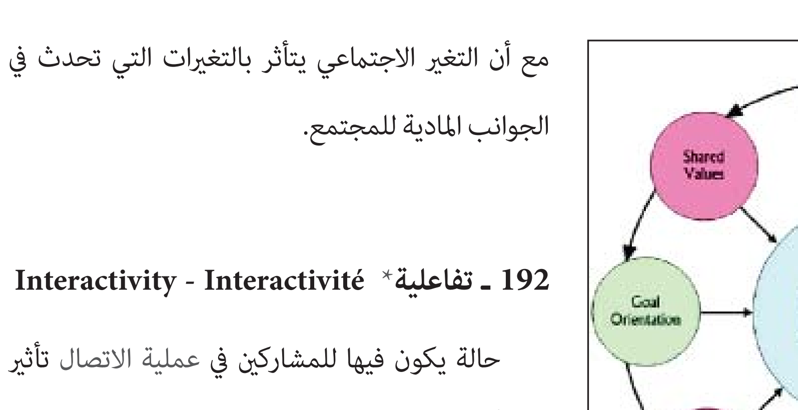


نموذج تأثير الثقافة على التغيير

Model of the influence of culture on change

191 ـ تغير ثقافي* - Cultural change
Changement culturel

كل ظواهر التغير في المجتمع، سواء كان في ظواهر مادية أو معنوية، الا أنه أعم وأشمل من التغير الاجتماعي، اذ ان التغيرات الثقافية لا تقع بالضرورة ضمن دائرة الاجتماعي،

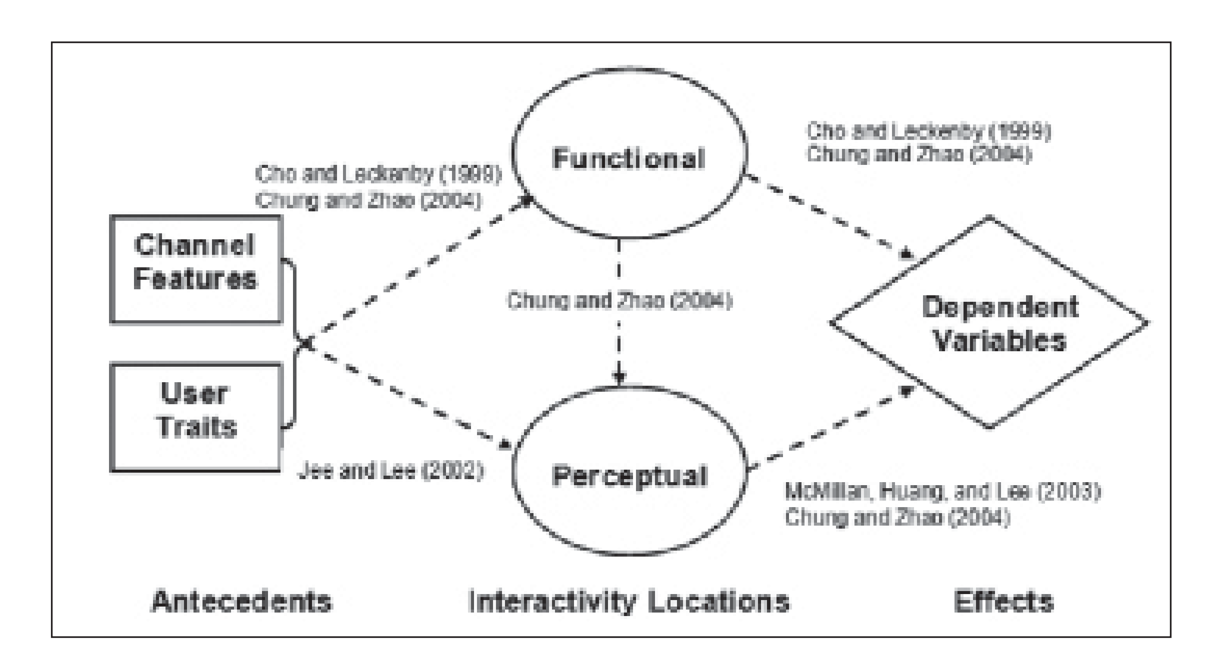


مع أن التغير الاجتماعي يتأثر بالتغيرات التي تحدث في الجوانب المادية للمجتمع.

192 ـ تفاعلية* Interactivity - Interactivité

حالة يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين، بحيث يتبادلون الأدوار فيما بينهم فتكون أفعالهم الاتصالية متوقفة على الأفعال الاتصالية السابقة، وبمعنى قدرة كل من طرفي الاتصال على اتخاذ موقف الطرف الآخر، وتشكيل أفعاله الاتصالية إضافة إلى اختيار التوقيت والمحتوى والبحث في الاختيارات البديلة.

وهو قدرة وسيلة الاتصال على الاستجابة لحديث المستخدم، تماما كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين.



نموذج التفاعلية

Interactivity Model

وهذه الخاصية أضافت بعدا جديدا على عملية الإعلام والاتصال الجماهيري التي كانت ذات اتجاه واحد، اذ يتم الارسال من مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التلفزيون والإذاعة إلى المستهلك، دون وجود ردة فعل مباشرة من طرف المتلقي أو مشاركة آنية، فأصبحت عملية الاتصال مع تطور تقنيات الاتصال ذات اتجاهين، من مرسل الى متلقٍ ومن متلقٍ الى مرسل.

193 ـ تفاعلية رمزية* - Symbolic interactivity - Interactivité symbolique

عملية التفاعل الاجتماعي التي يكون فيها الفرد على علاقة واتصال بعقول الآخرين وحاجاتهم ورغباتهم الكامنة في تحقيق أهدافهم.

ويتم استخدامها لتفسير بعض الملاحظات الخاصة بالإنسان وسلوكه وتفاعله مع غيره من أعضاء مجتمعه، وتلك التفاعلات التي تقوم على استخدام الرموز وتتخذ أشكالا وصورا مختلفة.

¤ ترجع جذورها إلى اسهامات مدرسة شيكاغو (نهاية القرن التاسع عشر)، ومجموعة من علماء النفس والتربية والفلسفة الأمريكيين والأوروبيين، نذكر منهم آليون سمول ووليام توماس وروبلات بارك، ثم جاءت إسهامات جورج ميد وجون ديوي نتيجة تفاعل التحليلات السوسيولوجية والانثروبولوجية والبرغماتية والوظيفية.

194 ـ تفجير الحملة

Burst campaign*

- Eclatement de la campagne

حملة إعلانية لمنتج بشكل مركز في زمن معين، يتم اجراؤها وتنفيذها قبل اطلاق المنتج إلى الأسواق، ولها دور وقائي يساعد في عملية تسويق المنتج.

195 ـ تقرير* Report - Rapport

فن يقع بين الخبر والتحقيق الصحفي، يقدم مجموعة من المعارف والمعلومات حول الوقائع في سيرها وحركتها الديناميكية وخلفيتها بأسلوب موضوعي وطابع وثائقي، ولا يقتصر على الوصف المنطقي للأحداث وإنما يسمح في نفس الوقت بإبراز الآراء الشخصية والتجارب الذاتية للمحرر.

196 ـ تقمص وجداني* Empathy - Empathie

عملية نفسية لا شعورية، يتصور فيها الفرد ويتخيل صفات شخص آخر يعجب به، ويوفر له الإحساس بالطمأنينة والراحة.

ويساعد التقمص الوجداني في إبعاد الخوف والشعور بالنقص عند بعض الأفراد، ويعزز المشاركة الجماعية كما يساعد على التكيف والتوافق. وهو المقدرة عن فهم الحالة

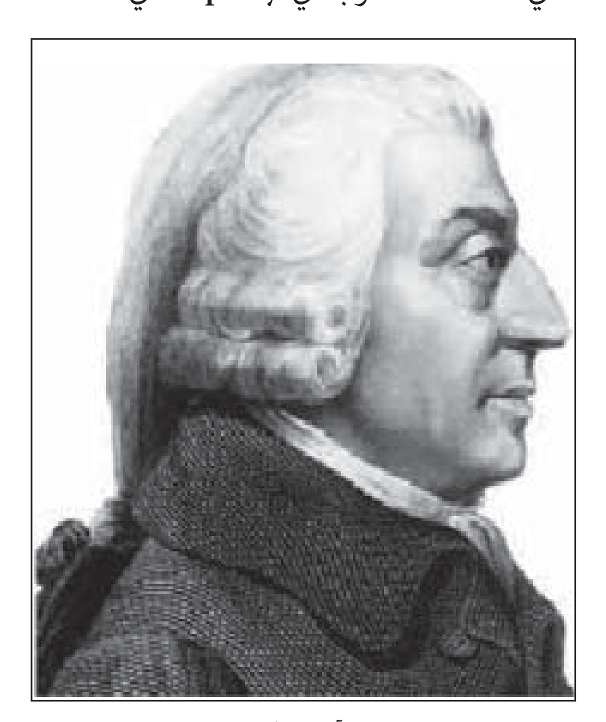
الذهنية لشخص آخر، يمكن أن يكتسبها عن طريق التعرض لوسائل الإعلام والاتصال، التي تجعل التحرك السيكولوجي يحل محل التحرك المادي أو الجغرافي.



التقمص الوجداني ـ سبينوزا

Brauch Spinoza (1632-1677)

¤ المقدرة على التقمص الوجداني، أي عمل استنتاجات عن الآخرين، وتغيير تلك الاستنتاجات لتتفق مع الظروف الجديدة، معروفة منذ ألفي عام. فقد أشار إليها أفلاطون وسان جون وسان أوجستين وسان الاكويناس **Equnas** وبعد ذلك سبينوزا **Spinoza** في مؤلفاته. وقد اعتبرها آدم سميث وهربرت سبنسر عملية انعاكس بدائي، بينما ناقش الباحثون ليبس**Lipps** وريبوت **Ribot** وشلير **Scheler** التقمص الوجداني في تحليلهم للعطف، ويرجع الفضل في نحت كلمة الوجداني **Empathy** في اللغة



آدم سميث

Adam Smith (1723-1790)

الإنجليزية إلى تيوردور ليبس الذي سماها **Feeling Into**[1].

وقد طور الباحث جورج ميد نظرية التقمص الوجداني في كتابه Mind, self, and society فافترض أنه حينما نتوقع أو نستنتج مشاعر الآخرين، وما سيفعلونه،

1 ـ J.Decety J., M.Meyer M. «From emotion resonance to empathic understanding: A social developmental neuroscience account», Development and Psychopathology, no 20, 2008, pp. 1053 – 1080.

وحينما نخرج بتنبؤات حول السلوك الخاص للإنسان، واستجاباته الخفية، وحالاته الداخلية ومعتقداته، نفترض أن لدينا مهارة يسميها علماء النفس بالتقمص الوجداني، أي القدرة على الإسقاط وتصور انفسنا في ظروف الآخرين. ويساعد على تطوير تلك القدرة التحرك المادي، من مكان إلى آخر.

وكذلك تعمل وسائل الإعلام والاتصال على تطوير المقدرة على التقمص الوجداني بين الأفراد الذين لم ينتقلوا من مجتمعاتهم المحلية أبداً، لأن تلك الوسائل تنقل العالم الخارجي إليهم.[1]

197 ـ تقييم* Valorization - Valorisation

وضع حكم معين أو قيمة معينة على ظاهرة ما نتيجة لمقارنة شواهد معينة مع معايير موضوعة، للوصول إلى الحكم النهائي.

وهو ذلك النشاط الذي يسعى إلى تحليل ودراسة أداء العاملين في مهنهم، وملاحظة سلوكهم وتصرفاتهم خلاله، من أجل الحكم على مدى نجاحهم ومستوى كفاءتهم، في القيام بما يناط بهم من مهام، وكذلك بغية الحكم على امكانيات النمو والتقدم لديهم، وتحملهم لمسؤوليات أعلى. ويستخدم أيضا للحكم على امكانيات النمو والتقدم للفرد في المستقبل وتحمله لمسؤوليات اكبر، او مدى جهوزيته واستحقاقه الترقية لوظيفة اخرى أو رتبة أعلى. وتهتم كل منظمة تقريبا بتقييم أداء موظفيها، ويتم ذلك من خلال أساليب معينة. وغالبا ما تقوم بتقسيم الرؤساء المباشرين بهدف التعرف على الكفاءة العامة للعاملين وبغرض التعرف على أوجه التطور في الأداء.

وهو في الإعلام والاتصال مراجعة المواد والرسائل المختلفة التي سبق عرضها، من أجل الحكم عليها وحصر الأخطاء المرتكبة لتلافيها مستقبلا.

198 ـ تقويم * Evaluation - Evaluation

تقدير التغيرات لدى مجموعة معينة، ثم البحث عن العلاقة بين هذه المتغيرات والعوامل المؤثرة فيها .

هو عملية منظمة تتضمن جمع المعلومات والبيانات ذات العلاقة بظاهرة مدروسة وتحليلها لتحديد درجة تحقيق الأهداف، واتخاذ القرارات من أجل التصحيح والتصويب في ضوء الأحكام التي تم إطلاقها.

وهو الوسيلة الأساسية التي يمكن بواسطتها ومن خلالها التعرف على مدى نجاح المجتمع في تحقيق الأهداف المحددة للانماء، وعلى الكشف عن مواطن الضعف و القوة في العملية

1 ـ Christian Derouesné, « Théorie de l'esprit, empathie et... bâillement », Psychologie & NeuroPsychiatrie du vieillissement, vol. 1, no 4, décembre 2003, pp. 286-287.

التنموية بقصد تحسينها وتطويرها بما يحقق الأهداف المتوخاة. وللتقويم أدوات متعددة كالاختبارات التحصيلية ومقاييس الاتجاهات والميول، ومقاييس القيم، والملاحظات، والمقابلات الشخصية، واستطلاعات الرأي، والاستبيانات، وتحليل المضمون.

199 ـ تقويم نهائي* -Summative Evaluation

Evaluation sommative

تقويم يتم في نهاية المنهج ويضم نتائج التقويم البنائي الذي حصل عليه الفرد على مدى العام او الدورة، لتكون حصيلة تقويمه التي يتم التعرف من خلالها على مدى تحقيقه للأهداف التربوية أو التدريبية السياسية والتي تساعد على اتخاذ القرار بشأنه، وشأن تطوير المنهج .

200 ـ تقويم جزئي* Micro evaluation- Micro

évaluation

تقويم يوجه إلى جانب معين من جوانب المنهج أو جزء من أجزاء الكتاب المدرسي، باستخدام أدوات خاصة يتم تحديدها على أساس الهدف من التقويم، وهو لا يعطي صورة شاملة أو متكاملة عن المنهج كله أو الكتاب كله. ومن خلاله يتم تجميع النتائج التي تم التوصل إليها عن طريق كافة الوسائل المساهمة في تكوين الصورة الكلية عما يراد تقويمه، وهو يساعد في اتخاذ القرار النهائي وخصوصاً في الجزء الذي تم تقويمه.

201 ـ تقويم مستمر*

Formative evaluation_ Evaluation continue

تقويم يتم مواكباً لعملية التدريس أو التدريب



تقويم

Evaluation

ويستمر باستمرارها، و الهدف منه تعديل المسار من خلال التغذية الراجعة بناءً على ما يتم اكتشافه من نواحي قصور أو ضعف لدى المتعلمين، ويتم تجميع نتائج التقويم في مختلف المراحل وإضافة ما يتم في نهاية العمل من أجل تحديد المستوى النهائي .

202 ـ تقويم ذاتي* -Self Evaluation

Evaluation personnelle

إصدار حكم شخصي ذاتي على أداء الفرد، وهو مرتبط بالتعلم الذاتي، ومن خلاله يستطيع الفرد أن يحدد ما وقع فيه من أخطاء، ثم يقوم بالمراجعة تلافياً لهذه الأخطاء والوصول إلى الأهداف المرغوبة.

203 ـ تقويم شامل*

Macro Evaluation ـ

Macro évaluation

الشمولية هي شرط من شروط التقويم العلمي ويشير إلى كافة جوانب التعليم المحددة في الأهداف التي لا بد أن تخضع للتقويم، وهذا يشمل المعارف والمفاهيم والاتجاهات والقيم والمهارات والتذوق والتقدير وغيرها.

204 ـ تقويم الطالب*

Student Evaluationـ Evaluation de l'étudiant

تقويم يهتم بتحديد مستوى الطالب للتعرف على ما بلغه من نجاح في تحقيق الأهداف التربوية، ويختلف هذا التقويم تبعاً لاختلاف الأهداف فهناك التقويم التشخيصي وهناك التقويم التحصيلي، وهناك التقويم للمهارات، وهناك تقويم القيم والاتجاهات وهناك التقويم الشامل للجوانب المعرفية والمهارية والوجدانية.

205 ـ تقويم مسبق قبلي* -Pre evaluation

Evaluation préliminaire

تقويم يساهم في اتخاذ القرارات بطريقة علمية في أي من المجالات المختلفة، ويحدد المستوى الذي يكون عليه المتعلم قبل قيامه بدراسة أي موضوع من الموضوعات المختلفة ويستخدم في مجالات متعددة ويعد من الخطوات المهمة في مجال التعلم الذاتي.

206 ـ تقويم المعلم*

Teacher Evaluation-

Evaluation du professeur

كما يخضع المنهج للتقويم، فإن المعلم يخضع له أيضاً وهو يمتلك عدة جوانب لا بد أن تخضع للتقويم، هي الجوانب الشخصية والمهنية والثقافية والعلمية والاجتماعية...ويعتمد هذا التقويم على أدوات عديدة أهمها المراقبة والملاحظة، ويرى البعض ضرورة إشراك المتعلمين في تقويم معلميهم .

207 ـ تقويم المنهج* -Curriculum Evaluation

Evaluation du programme

عملية جمع للمعلومات والبيانات والأدلة والشواهد التي تشير بعد حصرها وتحليلها وتفسيرها إلى نواحي القوة والضعف في المنهج القائم، وهذا الأمر يشترك فيه المعلم والمتعلم وأولياء الأمور، والإداريون، والموجهون، وكل من له علاقة بالمنهج .

208 ـ تقويم ميداني* -Field Evaluation

Evaluation du champ

يتم فيه تطبيق أدوات الملاحظة واليوميات على ما يجري في الميدان، ويسجل هذا كله في سجلات خاصة تعتمد عليها عملية اتخاذ القرارات .

209 ـ تقويم الناتج* -Product evaluation

Evaluation de la production

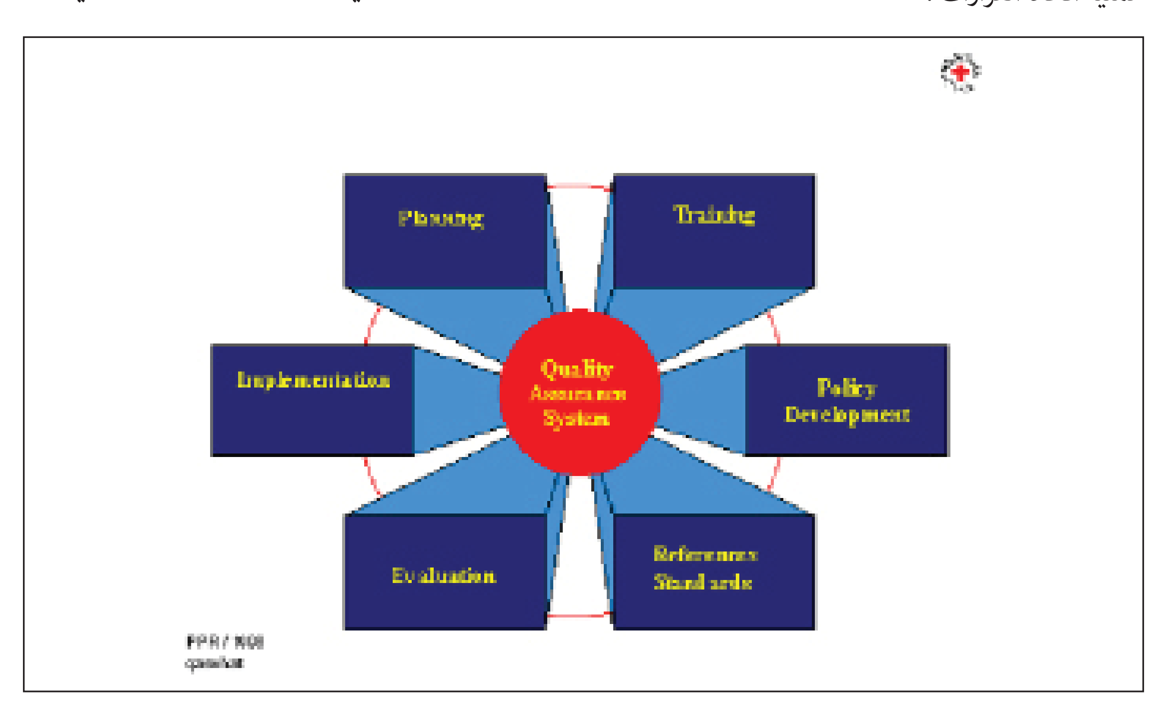
عندما يتم تنفيذ منهج ما فإنه من المفترض أن يحقق الأهداف التي حددت مسبقاً، وهنا لا بد من التأكد من ذلك، وهذا يتم من خلال تقويم النتائج التي قد تكون في النواحي المعرفية أو الوجدانية أو الأدائية، وتستخدم في هذا الشأن عدة وسائل تختلف باختلاف الناتج المراد تقويمه في ضوء الأهداف .

210 ـ تقويم الوسيلة*

Evaluation du Audio – Visual Evaluation ـ

moyen audio-visuel

التعرف على مدى ملاءمة الوسيلة للدرس الذي يقوم المعلم بتدريسه والوقت الذي تعرض فيه، ومدى إسهامها في إبراز



نموذج

Model

المعنى المقصود إبرازه للمتعلمين، وهل يتفق مع أهداف الدرس ومستوى نضج المتعلمين.

211 ـ تكتل مجموعة (مقفلة)*

Cluster group ـ Groupe fermé

مجموعة من أفراد يشتركون في نفس السمات والصفات، أو نمط الحياة، أو الخلفية الاجتماعية. وعادة يؤخذ بهذا التصنيف في تحليل الجمهور.

212 ـ تكذيب * Denial - Démenti

نفي مختلف الأقوال أو الإدعاءات حول موضوع معين أو قضية محددة، وقد يكون في شكل بيان مكتوب أو تصريح مرئي ومسموع.

213 ـ تكرار Repetition* – Répétition

ترديد عبارات على أساس أنها ترسخ في نهاية المطاف في الأذهان ويسلم بها الجمهور بعيداً عن المغالطة والضغط بكل أشكاله. ويستعمل في البحوث والدراسات الميدانية للدلالة على عدد الإجابات المتكررة.

ويعتبر تكرار الرسالة الاعلامية بوسائط متعددة ووسائل مختلفة وعلى ألسنة شخصيات وجهات متعددة التوجهات، من أهم الوسائل المستخدمة في الدعاية والتوجيه وغسل الدماغ، لصالح المخططات والإستراتيجيات الإعلامية والسياسية.

214 ـ تكنولوجيا الإعلام والاتصال* Information and communication technology - Les technologies de l'information et de la communication (TIC)

كل أداة أو جهاز أو وسيلة تساعد على إنتاج أو توزيع أو تخزين أو استقبال أو عرض البيانات، يعني كل الآلات والأجهزة والوسائل





تكرار إعلامي

Répétition

الخاصة التي تساعد على إنتاج المعلومات وتوزيعها واسترجاعها وعرضها، كالحاسبات وأجهزة الاتصال من بعد، بعناصرها من الفاكس والتليستكس والفيديوتكس وشبكات المعلومات ومراصد المعلومات وشبكات الانترنت والمؤتمرات عن بعد واستخدام القمر الصناعي والبريد الإلكتروني وغيرها من وسائل الاتصال.

وهي إقتناء المعلومات ومعالجتها، وتخزينها وتوزيعها، ونشرها في صورها المختلفة النصية والمصورة والرقمية، بواسطة وسائل الاتصال.

ومن خصائص التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال الجمع بين الكلمة المكتوبة والمنطوقة والصورة الساكنة والمتحركة، وبين الاتصالات السلكية واللاسلكية والأرضية والفضائية، وبين تخزين المعطيات وتحليل مضامينها وإتاحتها بالشكل المطلوب، وفي الوقت المناسب وبالسرعة اللازمة.

215 ـ تكنولوجيا المعلومات* Information Technology - Technologies de l'Information

مجموعة المجالات المعرفية من علمية وتقنية وهندسية وإنسانية واجتماعية، والإجراءات الإدارية والتقنيات المختلفة المستخدمة والجهود البشرية المبذولة في



التسلية والترفيه في اليونان سنة 420 ق.م.

Banqueters playing kottabos and girl playing the aulos. Greece (c. 420 BC)

Banqueting and music have continued to be two important entertainments since ancient times.

جمع المعلومات المختلفة وتخزينها ومعالجتها ونقلها وبثها واسترجاعها، مما ينشأ من تفاعلات بين هذه التقنيات والمعارف والإنسان المتعامل معها بكافة حواسه وإدراكاته.

216 ـ تكوين الاتجاهات* -Trends formation
Formation des tendances

الطريقة أو المسار التي يمر فيه تشكل الاتجاهات لدى الأفراد أوالجمهور، من المرحلة الإداراكية المعرفية الى مرحلة الثبوت والاستقرار.

في المرحلة الإدراكية أو المعرفية يكون الاتجاه ظاهرة إدراكية أو معرفية تتضمن تعرف الفرد بصورة مباشرة على بعض عناصر البيئة الطبيعية والبيئة الاجتماعية التي تكون من طبيعة المحتوى العام لطبيعة المجتمع الذي يعيش فيه، وهكذا قد يتبلور الاتجاه في نشأته حول أشياء مادية كالدار الهادئة والمقعد المريح، وحول نوع خاص من الأفراد كالأخوة والأصدقاء، وحول نوع محدد من الجماعات كالأسرة وجماعة النادي وحول بعض القيم الاجتماعية كالنخوة والشرف والتضحية.

المرحلة الثانية لتكوين الاتجاه هي مرحلة نمو الميل نحو شيء معين، فمثلاً ان أي طعام قد يرضي الجائع، ولكن الفرد يميل إلى بعض أصناف خاصة من الطعام، وقد يميل إلى تناول طعامه على شاطئ البحر، وبمعنى أدق ان هذه المرحلة من نشوء الاتجاه تستند إلى خليط من المنطق الموضوعي والمشاعر والإحساسات الذاتية.

والمرحلة الأخيرة في تكوين الاتجاه هي مرحلة الثبوت والاستقرار، فالميل على اختلاف أنواعه ودرجاته يستقر ويثبت على شيء ما عندما يتطور إلى اتجاه نفسي.

217 ـ تلاقح ثقافي* Acculturation -Acculturation

الخطوات التكيفية التي تؤدي إلى إحداث تغيير في ثقافة مجتمع ما، وهذا عندما تتلاقى ثقافة مجتمعين أو أكثر لفترة ممتدة من الزمن، وغالبا ما تكون النتيجة التكيف الثنائي الاتجاه، حيث تصبح المعتقدات والأعراف والعادات ومختلف الأشكال الفنية للمجتمع مختلطة، أو بشكل آخر خضوع ثقافة مجتمع إلى آخر أو آخرين جزئيا أو كليا.



التثاقف

Acculturation

218 ـ تلاعب* Manipulation - Manipulation

التأثير في سلوك الأفراد بوسائل غير قويمة، ويعتبر أحد أساليب الدعاية الحديثة في خداع الرأي العام عن طريق الرموز.



تلاعب

Manipulation

¤ تناول العديد من البحوث والدراسات موضوع الدعاية وأساليبها في التضليل والتلاعب بعقول الجماهير، ونبهت الى هذا التلاعب الذي يمارس بدهاء وتحت غطاء من الديمقراطية والحياد والموضوعية والحرية الإعلامية والسياسية. وقد أشار الباحثون الى منهجية البحث عن أدلة وشواهد لفكرة جاهزة معدة لتضليل الفهم واستدراج الناس بعيدا عن الحقيقة، والى عمليات حشد إمكانات معرفية كبيرة ومتقدمة لحشر الأفكار في أذهان الناس وترسيخها في عقولهم. وقد نبه هربرت شيللر في كتابه "المتلاعبون بالعقول" الى هذا الأمر، حيث بين كيف تمثلت العبقرية المرعبة للنخبة السياسية الأمريكية في قدرتها على إقناع الشعب بالتصويت ضد



صورة تاريخية: شاشات التلفزيون في نيويورك في 12 يوليو 1962 تظهر الصور الأولى للبث عبر القمر الصناعي من المملكة المتحدة إلى الولايات المتحدة

Historic: Television monitors in New York on July 12 1962 show the first images broadcast by satellite from the UK to to the U.S.

أكثر مصالحه أهمية دون حاجة للقمع والاضطهاد، وكيف يقوم مديرو أجهزة الإعلام في أمريكا بوضع أسس عملية تداول الصور والمعلومات ويشرفون على معالجتها وتنقيحها وإحكام السيطرة عليها. وتلك الصور والمعلومات تحدد معتقدات الناس ومواقفهم، بل وتحدد في النهاية سلوكهم. هذه الدراسة النقدية لوسائل الإعلام والاتصال في الولايات المتحدة لهربرت شيللر تعني العالم كله، فالإعلام الأمريكي، كما السياسة الأمريكية، يصوغ مواقف العالم واتجاهاته، ويصدر الثقافة الأمريكية عالميا التي أصبحت بالفعل النموذج السائد في العالم .[1](40)

وتتم السيطرة على أجهزة المعلومات وفق قاعدة بسيطة من قواعد السوق، فامتلاك وسائل الإعلام والسيطرة عليها شأنه شأن الملكية الأخرى متاح لمن يملكون رأس المال، والنتيجة الحتمية لذلك أن تصبح محطات الإذاعة والتلفزيون والصحف والمجلات وصناعة السينما ودور النشر، مملوكة جميعها لمجموعة من المؤسسات المشتركة والتكتلات الإعلامية الضخمة، ويصبح الجهاز الإعلامي جاهزا للاضطلاع بدور فعال وحاسم في عملية التضليل.

1 ـ Frank Webster, “Herbert Schiller, Intellectual scourge of media manipulation and sceptic of the information revolution”, The Guardian, London 18-02-2000

وتحت غطاء حماية الملكية الخاصة وحراسة رفاهية الفرد وحقوقه يتم تشييد هيكل كامل من التضليل الإعلامي والتلاعب بالعقول، فهذه الشركات العملاقة من الاحتكار الإعلامي تسوق على أنها مثال للجهد الفردي، ولكي يؤدي التلاعب الإعلامي دوره بفعالية أكبر لا بد من إخفاء شواهد وجوده، أي أن التلاعب يكون ناجحا عندما يشعر المضللون بأن الأشياء هي على ما هي عليه من الوجهة الطبيعية والحتمية[2].

219 ـ تلفزيون* Television - Télévision

وسيلة نقل الصوت والصورة في وقت واحد، بطريق الدفع الكهربائي.

والمصطلح مكون من مقطعين، télé ومعناه عن بعد و vision ومعناه الرؤية، أي هو الرؤية عن بعد.

هو أهم الوسائل السمعية البصرية للاتصال بالجماهير، يتم من خلالها نقل وبث البرامج والأخبار والمسلسلات والأفلام، وتديره مؤسسة قد تكون حكومية أو خاصة، يتوجه إلى جمهور محدد جغرافيا أو إلى جماهير مختلفة في العالم.

وهو جهاز لنقل الصورة المتحركة وعرضها، يتكون من جهاز إلتقاط كالآلة

2 ـ Voir: Guillaume Weill-Raynal, Les nouveaux désinformateurs, Paris, Armand Colin, 2007



جهاز تلفزين من 1940 من شانه أن يكون قادراً على إلتقاط البث الأول عبر قمر صناعي

A television set from the 1940s that would have been able to pick up the first satelitte broabcast

السينمائية، يصور المشاهد المراد تصويرها ثم ينقلها في الهواء بطريقة لاسلكية، فتلتقطها أجهزة الاستقبال وتعكسها على لوح من الزجاج.

يعتمد التلفزيون على السمع والبصر لذا يؤثر على الناس، وهو وسيلة سهلة توصل الصوت والصورة، ويعتمد على الحركة المرافقة لعرض الصورة المرافقة أيضا بالصوت. وهو وسيلة لعرض الإعلانات متوفرة في كل البيوت، تختصر الزمان بين حصول الحدث وعرضه للناس، لها قدرة على جذب الناس وانتباههم كما له القدرة على تركيز اهتمام الناس في أشياء محددة، وعدساته تكبر صورة الأشياء التي لا تراها العين..

¤ بدأت أبحاث التلفزيون بفضل جهود العالم تشارل جنكز إذ طور مبدأه في عام **1890**، ولكنه لم يتمكن من ترجمة أبحاثه حتى عام **1925** حيث قدم الإثباتات الميكانيكية. ويعد عام **1927** تاريخ أول بث تلفزيوني مباشر. في سنة **1931** إخترع زواكين أنبوب الصورة المستقبل وفي **1937** إخترع صمام تصوير إلكتروني. في عام **1941** ظهرت **6** محطات تلفزيونية تجارية في الولايات المتحدة الأمريكية. وفي سنة **1948** تم صنع مليون جهاز تلفزيون. واستطاع جون بيرد سنة **1924** نقل صورة لصليب، وفي **1926** استطاع تصميم إرسال بث تلفزيوني ميكانيكي. وفي **30** سبتمبر **1939** قدمت هيئة الإذاعة البريطانية أول إذاعة تلفزيونية[1].

وفي فرنسا بدأ كل من العالمين نورنيه ورونيو يجريان البحوث والدراسات، فكان أول إرسال تلفزيوني عام 1931، أما في الإتحاد السوفياتي فقد انتشر التلفزيون في سنة 1984 حيث وصل عدد القنوات الى

1 ـ أنظر: صالح خليل أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار آدم للدراسات والنشر والتوزيع، عمان 1999.

116 محطة بث تنطق 45 لغة.

وفي العالم العربي، عرفت المملكة المغربية البث التلفزيوني في سنة 1954، الجزائر والعراق سنة 1956، لبنان عام 1959، وسوريا ومصر عام 1960، والكويت عام 1961، والسودان عام 1963، واليمن عام 1964، والسعودية عام 1965، وقطر عام 1970، والبحرين عام 1973، وعمان وفلسطين سنة 1974.[1]

220 ـ تلفزيون الأنترنت - *-Internet television

La TV sur Internet

التلفزيون الذي يبث على شبكة الأنترنت، من خلال إصدارات تتيح البث على الهواء، عبر شبكة الويب.

وهو تلفزيون يقوم بإنشاء برامجه الخاصة على الشبكة.

221 ـ تلفزيون الواقع*TVreality- Téléréalité

برامج تلفزيونية تجعل من تمثيل الواقع عروضاً حقيقية.

تختلف حصص برامج تلفزيون الواقع عن حصص البرامج الوثائقية وعن حصص البرامج الخيالية. فبرامج تلفزيون الواقع تأتي في شكل حلقات طويلة نوعا ما يتم فيها إشراك أفراد غير مشهورين في الغالب ووضعهم في أماكن مغلقة تحت المتابعة المستمرة للكاميرات، بهدف بث كلي للصور أو ما يقارب ذلك.

1 ـ مي العبدالله، التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير، مصدر سابق، ص ص.187 - 210.

222 ـ تلفزيون الجماعات الإقليمية

-*Communal television Télévision communautaire

قنوات تلفزيونية إقليمية، تعتبر ذات منفعة عامة، تتميز ببث برامج تركز على الحياة المحلية، ويديرها أعضاء من نفس الجماعة التي تدافع عن المصالح الاجتماعية المحلية.

223 ـ تلفزيون تفاعلي*

ـ Télévision Interactive television interactive

نظام دمج بين التلفزيون والهاتف وشبكة الأنترنت، لإتاحة خيارات واسعة لجمهور المشاهدين، من أجل اختيار وطلب ما يرغبون فيه من برامج.

224 ـ تلفزيون رقمي*

ـ Digital television

Télévision digitale

التلفزيون الذي يستخدم البث عن طريق التقنية والتكنولوجيا الرقمية، مما يتيح صورة وصوتاً بجودة عالية، إضافة إلى القدرة على استقبال العديد من القنوات في آن معاً.

225 ـ تلفزيون متاح*

Access television ـ

Télévision à libre accès

قناة تلفزيونية تبث بصفة مستقلة عن رقابة الدولة، وعادة ما تكون بميزانية صغيرة وتغطي منطقة محدودة جغرافيا.

226 ـ تلفزيون الويب* Webtelevision– La

Télévision du web

البرامج التلفزيونية عالية الجودة التي تصل إلى البيوت عن طريق الأنترنت.

227 ـ تماثل* Isomorphism- Isomorphisme

تشابه الشكلِ أو التركيبِ.

228 ـ تمثيل الأحداث *-Dramatization

Théâtralisation

ممارسة ينظر إليها نظرة سلبية وتتمثل في تقديم التلفزيون للأخبار في صيغة تعطيها صفات المسرح، خصوصاً في جانبه السطحي، والتفخمي، والعاطفي، والكاريكاتوري والمدهش، على حساب الدقة أو على حساب صدقية الوقائع.

229 ـ تمثيلية* Play – Jeu de rôles

الإنتاج الدرامي الذي يتشكل من مجموعة من الوقائع والأحداث، يتم تفصيلها في سيناريو، يصل إلى نهاية تتابع المواقف أو الأحداث، وهو ما يعرف بالذروة، ويسهر على إنتاجها مخرج ومنتج وتقنيون، ويجسدها مجموعة من الممثلين، وهذه التمثيلية قد تكون في شكل حلقة واحدة أو مجموعة من الحلقات أو التي يتم عرضها متسلسلة، أو في شكل مجموعة من المشاهد مثل ماهو الحال مع التمثيلية المسرحية.



شابلن وفرجينيا شريل في فيلم «أضواء المدينة»

Chaplin and Virginia Cherrill in «City Lights» Film

230 ـ تنقل Zapping*- Zapping

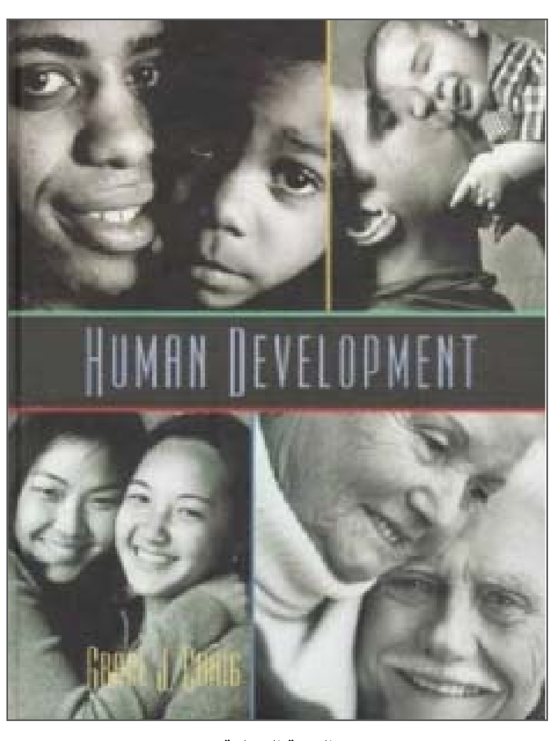
عملية التنقل عن طريق أداة التحكم عن بعد، بين مختلف القنوات التلفزيونية. وفي نظرية ما بعد الحداثة، فإن توفير عدد كبير من برامج التلفزيون يؤدي إلى انعدام الوعي، وبالتالي يعمم ثقافة مشاهدة أي شيء.

231 ـ تنسيق اعلامي* - Orchestration - Orchestration

أسلوب يعتمد في إطار عمليات الإقناع التي تنظم لأهداف تجارية أو سياسية أو إيديولوجية، على تكرار الرسالة الموجهة لجمهور محدد أكثر من مرة، مع تقديم تلك الرسالة في الأشكال الأكثر تنوعاً باستعمال أكبر عدد متاح من الوسائط بما أمكن من تنوع.

232 ـ تنكير* -Depersonifiing- Dépersonnification

أن يقوم الكاتب بصياغة الأخبار والمعلومات بصيغة المبني للمجهول، بحيث يظهر الشخص أو الجهة مدار الحديث نكرة وكأن الناس لا يعرفونها، وكأنها جهة وهمية غير واقعية وتطلق على نفسها ألقابا لا تحق لها.



التنمية الإنسانية

Human development

233 ـ تنمية انسانية* -Human development- humain Développement

يقوم مفهوم التنمية الإنسانية الذى يتبناه برنامج الأمم المتحدة للإنماء على أن البشر هم الثروة الحقيقية للأمم، وأن التنمية الإنسانية هي عملية توسيع خيارات البشر. والخيارات تعبير عن مفهوم أرقى، هو الاستحقاقات، ويعبر عن حق البشر الجوهري في هذه الخيارات. ومن حيث المبدأ، فإن استحقاقات البشر يمكن أن تكون غير محدودة، وتتغير مع الزمن. ولكن عند أي من مستويات التنمية، فإن الاستحقاقات الثلاثة الأساسية هي العيش حياة طويلة وصحية، والحصول على المعرفة، وتوافر الموارد اللازمة لمستوى معيشي لائق.

ولكن مفهوم التنمية الإنسانية لا يقف عند هذا الحد، بل يتعداه إلى استحقاقات إضافية أخرى، تشمل الحرية السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، وتوافر الفرص للإنتاج والإبداع، والاستمتاع باحترام الذات وضمان حقوق الإنسان.

ومفهوم التنمية الإنسانية أوسع من مفاهيم التنمية، حتى تلك التي ترتكز على الإنسان. فتنمية الموارد البشرية تؤكد على رأس المال البشرى فقط و تعامل الناس كمدخل من مدخلات عملية التنمية، ولكن ليس كمنتفعين منها. ويركز نهج الحاجات الأساسية على متطلبات الناس و ليس على خياراتهم، وينظر نهج رفاه الإنسان إلى الناس كمنتفعين ولكن ليس كمشاركين فعالين في العمليات

التى تشكل حياتهم.أما التنمية الإنسانية فهي بإشتمالها على جميع هذه الجوانب ، تمثل نهجا أكثر شمولا تجاه التنمية.

¤ النظر إلى التنمية من منظور التنمية الإنسانية ليس بجديد، ففكرة أنه ينبغي الحكم على الترتيبات الإجتماعية بمدى تعزيزها للمنافع الإنسانية فكرة تعود على الأقل إلى عهد أرسطو الذي قال أن الثروة ليست هي المنفعة التي نسعى لتحقيقها، فهي مفيدة فحسب بهدف الحصول على شيء آخر. وقد دعا إلى التمييز بين الترتيب السياسي الخير والترتيب السياسي السيىء على أساس النجاح أو الفشل في تسهيل قدرات الناس على أن يعيشوا حياة مزدهرة. ففكرة الحياة الإنسانية الأفضل كهدف حقيقي لكل الأنشطة الإنسانية كانت موضوعا متكررا في كتابات معظم الفلاسفة الأوائل. وفي التراث العربي خصص إبن خلدون فصلا كاملا في مقدمته لبيان حقيقة الرزق والكسب، وأن الكسب هو قيمة الأعمال البشرية. وقد ميز إبن خلدون بين الكسب الذي تعود منفعته على الإنسان وبين الكسب الذي لا يحصل به منتفع[1]

.

ونجد كذلك نفس الإنشغال في كتابات الرواد الأوائل عن القياس الكمي في الإقتصاد مثل ويليام بيتي وغريغوري كينج و فرانسوا كويستي وأنطوان لافواسير وجوزيف لاكرانج، وهي أيضاً واضحة فى كتابات رواد الإقتصاد السياسي مثل آدم سميث وديفيد ريكاردو

وروبرت مالتس وكارل ماركس وجون ستيوارت ميل.[2]



Propaganda methods

234 ـ تهويل* Dramatization - Dramatisation

المبالغة والتضخيم للتأثير بالمتلقي وأخذه الى الاتجاه الذي يرمي اليه المرسل ويخدم أهدافه ومصالحه، وهو من أساليب الدعاية والحرب النفسية.

يسعى العدو مثلا جاهداً لخلقِ صورة نمطية لنفسه تجعل منه قوة خارقة عبر التهويل من قدراته العسكرية ومستوى أسلحته وتطورها، وبث الأكاذيب عن المعارك التي يخوضها الجنود في الميدان. مثالُ ذلك الحديثُ عن أسلحة خارقة أونووية لا تقاومها أية قوة عسكرية.

---

1 ـ Voir: Émile Boutroux, Leçons sur Aristote, PUF, coll. «Les Grandes leçons de philosophie», Paris 2002 (rééd).

2 ـ Idem

235 ـ تهوين* Underestimation- Sous-estimation

التقليل من شأن الخبر لأهداف سياسية، وهو من أساليب الدعاية والحرب النفسية. فمثلا يحتاج القائم بالدعاية إلى التهوين والتقليل من شأن الأخطار التي تحدق بجماعته، ويقنع أو يوهم المتلقين بأن تلك الأخطار لا تضرهم ولا تؤثر فيهم.

236 ـ تواصلية - Connectivity* Connectivité

القدرة على احداث التواصل مع البرمجيات والأجهزة المختلفة، أو نظام الإتصال بأكمله.



توزيع الصحف

Distribution des journaux 1960

237 ـ توزيع Distribution* - Distribution

في الوسائل المطبوعة، العدد الكلي للنسخ المباعة من الجرائد والمَجَلاَت والتي توزع على المشتركين بالإضافة إلى جميع النسخ التي تباع في الأكشاك والأماكن الأخرى.

238 ـ توعية* Raising awareness – Prise de conscience

النشاط الذي يطلع به الإنسان من أجل إكساب المجتمع والأفراد فكرا ووعيا، إزاء موضوع أو قضية معينة، ومحاولة تبصيره بالنواحي المختلفة المحيطة بهذه القضية أو الموضوع.

هي تهدف بالدرجة الأولى إلى التوجيه والإرشاد للتزود بالمعرفة وإكساب واكتساب الخبرة. وهي عملية حضارية شاملة مستمرة تمثل التقدم في مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والبيئية، والحركة الى الأمام بمعنى اكتشاف واستخدام وسائل وطرق أفضل، للوصول إلى الغايات والأهداف المثلى للإنسان .

239 ـ توقيع الكتروني *- Electronic signature Signature électronique

نظام توقيع يضمن هوية الموقع وصدقية وسلامة البيانات المتبادلة خلال الصفقات، خصوصاً التجارية منها، التي تتم على الانترنت.

240 ـ تيبوغرافيا- *Typography Typographie

التقنيات التي تعطي انطباعا معينا عن صورة الصحيفة للقارئ، كالعناصر الطباعية المكونة للصحيفة، مثل أشكال الحروف المستخدمة في كتابة العناوين والتعليقات على الصور والرسوم الكاريكاتورية.



تحقيق عن احتفالات الهند التقليدية

Des cultes secrétifs. Un panthéon inouï de dieux-oracles. Dans les forêts retirées du Kerala, les figures extraordinaires des Teyyams viennent chaque année délivrer leurs messages aux hommes et aux femmes des plus basses castes de l'Inde- Reportage de Simon Descamps.



241 ـ ثقافة Culture – Culture*

أنماط متعددة من السلوكيات والقيم والقواعد لدى الأفراد، تؤسس لمنظومة خاصة تعبر عن تاريخ وتطور المجتمع ككل.

هي منظومة توجه سلوك المجتمع، وتحدد لأفراده تصوراتهم عن أنفسهم والعالم من حولهم، وتحدد لهم ما يحبون ويكرهون ويرغبون فيه ويرغبون عنه، كنوع الطعام الذي يأكلون، ونوع الملابس التي يرتدون، والطريقة التي يتكلمون بها، والألعاب الرياضية التي يمارسونها والأبطال التاريخيين الذين خلدوا في ضمائرهم، والرموز التي يتخذونها للإفصاح عن مكنونات أنفسهم، والسياسات التي يختارونها، وعلاقاتهم بذويهم وبالآخرين، وجملة نشاطاتهم التعليمية المعبرة عن الفعاليات الاجتماعية، وكذلك النشاطات الأخرى المكتسبة بفعل التفاعل اليومي مع أفراد المجتمع ذاته أو مع المجتمعات الأخرى المتجاورة، والمجتمع الذي يبنون.

والثقافة هي كل النشاطات المجتمعية بمعناها الواسع، كاللغة والزواج والملكية والسلوك. ويمكن للثقافة أن تعبر عن منظومة القيم الاجتماعية المتشكلة تاريخياً وما ينطوي عليها من اكتساب لقيم جديدة تؤطر ضمن شبكة من العلاقات الاجتماعية لتكون جزءاً من منظومته المكتسبة، وبالتالي فأنها تعبر بشكل أو بآخر عن جملة العلاقات العامة بين أفراد المجتمع.

هي الكل المعقد الذي يشمل العادات المكتسبة من قبل المرء بوصفه عضواً في المجتمع. وهناك ارتباط عضوي بين الثقافة والمجتمع، ولا يمكن وضع حدود ما بين الثقافة والمجتمع باعتبار الثقافة انعكاساً لشبكة العلاقات الاجتماعية. لذا فأنها المعبرة عن مدى التخلف أو التطور الذي يكتنف العلاقات الاجتماعية عبر فترة زمنية محددة.



ثقافة البنجاب في الهند

Penjabi culture in India

وهي المركب المتجانس من الذكريات والتطورات والقيم والرموز والتغيرات والإبداعات التي تحتفظ بها الجماعة البشرية بهويتها الحضارية في إطار ما تعرفه من تطورات بفعل ديناميتها وفعاليتها للتواصل والأخذ والعطاء. ويمكن أن تعبر الثقافة عن نمط العلاقات المتشابكة بين أفراد مجموعة بشرية ما خلال حقبة زمنية وضمن بيئة محددة، إضافة إلى علاقات تلك المجموعة البشرية مع المجموعات البشرية المتجاورة لها من خلال قنوات الاتصال المتعددة التي تسهم في تبادل المنفعة، الاقتصادية منها على وجه الخصوص، وإيجاد نوع من علاقات التواصل.

والثقافة نمط من الحياة التي يتشارك فيه المرء مع أفراد آخرين، أي يتكيف المرء تكيفاً مناسباً مع محيطه ومع حاجاته الاقتصادية. وهي كل نشاط أو تظاهرة غير جسدية من التظاهرات الشخصية ونشاطها، شرط أن لا يكون ذلك غريزياً. ولا من فعل الارتكاز الذي يتم بصورة آلية، وهي تتفق مع النشاطات التعليمية أو المشروطة.



الثقافة الصينية

Chinese Culture

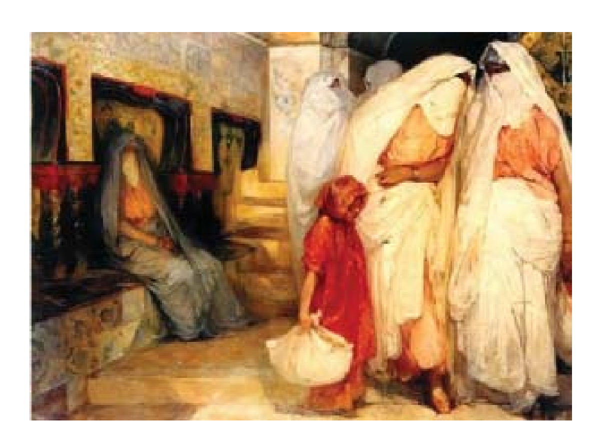
وهي المعقد المتشابك من الأنظمة التي تتضمن أساليب الحياة الإنسانية والمادية والروحية.

¤ كان التحصيل التعليمي وجها من أوجه الانتماء للنخبة الثقافية، ومع ارتفاع مستوى التعليم وانعدام الأمية في المجتمعات الأكثر تقدماً، أسقط الشرط التعليمي للانتماء للنخبة المثقفة. وأصبح مفهوم الثقافة المعبرة عن النخبة ينحصر بالنخبة المنتجة للثقافة ذاتها بأنماطها المتعددة التي تشمل منتجي الثقافة في كافة المرافق الاجتماعية.

ومع التطور والتحديث الذي طرأ على المجتمعات البشرية، تطور مفهوم الثقافة وأخذ يعبر عن أشكال وأنماط أخرى لم تألفها المجتمعات البشرية السابقة. وأصبحت الثقافة لا تمثل الأشكال والسلوكيات والعلاقات المبسطة والسائدة بين أفراد المجتمع، وانما تنحو باتجاه تمثيل القيم الفوقية وأشكال الإدارة الفعالة للقوى الاجتماعية. وأخذت تتأطر بما يطلق عليه بالنخبة الاجتماعية المعبرة عن جملة النشاطات والفعاليات الأكثر رقياً في المجتمع.

عليه، فإن مفهوم الثقافة والمثقف، يمكن اعتباره مفهوماً متحرراً من القيود والصياغات الجامدة والمتحجرة، ويرتبط ارتباطاً عضوياً

بمفهوم التحديث والعصرنة في العالم، وتتغير دلالته تبعاً لمجريات التطور والتحديث عبر الزمن.[1]



الثقافة الشعبية

Popular Culture

242 ـ ثقافة افتراضية* Cyberculture - Cyberculture

الثقافة التي تتشكل وتتطور عبر شبكة الأنترنت، لا سيما في غرف الدردشة والمواقع الشخصية.



الثقافة الهندية القديمة

Indian old culture

1 ـ جاد بارزيلاي، "المجتمعات والقانون: سياسة وثقافات الهويات القانونية" ، صحافة جامعة ميشيغان 2003.

243 ـ ثقافة جماهيرية* Mass culture - Culture de masse

الثقافة التي تنتقل عبر وسائل الاتصال الجماهيرية، وهي عنصر مهم في الانصهار والتوحيد للقيم والاتجاهات الثقافية للمجتمع وأفراده، اذ هي تنتشر وفق مفهوم عام يشمل ويوافق مختلف الرؤى.

هي نموذج للثقافة التي وجدت بالمجتمعات الحضرية، حيث العديد من الثقافات لا سيما الثقافات المختلطة، والثقافات المتفرعة، والثقافات المتناقضة، والثقافات المتوازية، وهذه كلها تتواجد في منافسة مستمرة مع بعضها البعض، فالثقافة الجماهيرية تهيمن على باقي الثقافات، وفي نفس الوقت تتكون من هذه الثقافات التي تسيطر عليها.

¤ عرف باحثو مدرسة فرانكفورت الثقافة الجماهيرية بأنها الثقافة التي تخاطب أكبر عدد من الناس (الجماهير)، والتي لكونها لا تخضع لمنطق الانتاج الصناعي في صياغتها تنشر في شكل موحد. وهي تعبير أساسي ومعقد عن المجتمع في وجوده الماضي والحالي والمستقبلي، وعن كل التماثلات الحياتية وتطلعات الجماعات ورغباتها ومعتقداتها، ونظرتها للحياة. ويتم هذا التعبير بطريقة شفوية، أو كتابة في أشكال تعبيرية عديدة كالقصة والأسطورة

والنكتة والشعر والأمثال والحكم، وكذلك في بيانات وتظاهرات سلوكية كالحفلات الشعبية والرقص والطقوس والممارسات والولائم والاجتماعات، وهذا ما يسميه البعض بالفلكلور مع الاختلاف في حدة هذه التظاهرات ووظائفها داخل المجتمع وعلاقاتها مع البنية الاجتماعية العامة[1].



الثقافة الرقمية

Culure numérique

244 ـ ثقافة رقمية* Digital culture- Culture numérique

القدرة على استخدام أجهزة الكمبيوتر والخدمات الالكترونية بثقة لمواكبة حياة المجتمعات الحديثة والمشاركة فيها.

ويكمن جوهر الثقافة الرقمية في تمكين أفراد المجتمع من استخدام التطبيقات الرقمية الحقيقية لما لها من ثقة لإنجاز أعمالهم الوظيفية والشخصية أو واجباتهم ومهامهم تجاه المجتمع.

وأدوات الثقافة الرقمية أصبحت في كل شيء نستخدمه، من التليفون المحمول مروراً بالكمبيوتر والسيارة وقد سبقهم التليفزيون والراديو والتليفون واللاسلكي والكاسيت، ولكن الآن بعد أن فُعِلت شبكة الاتصالات الدولية (الانترنت) أصبحت التكنولوجيا الرقمية في أوج مجدها وسيطرتها على الإنسان. وليس كما كان مرجوا منها أن يسيطر الإنسان عليها، حيث يمكن لأي شخص العمل وهو جالس على مقعده، ويتابع عمله من خلال شاشات متابعة في مصنعه أو مكتبه عن طريق الإنترنت.



الثقافة الشعبية في المغرب

Popular Culture in Maghreb

245 ـ ثقافة شعبية* Popular culture – Culture populaire

تعبير أساسي ومعقد للمجتمع في وجوده الماضي والحالي والمستقبلي.

---

1 ـ Voir: -Theodore Adorno /Max Horkheimer, Dialectic of Enlightenment 1944, trad. Andre Blunden, 1998.

-Voir: Richard Caves, Creative Industries. Contracts between Art and Commerce, Harvard University Press, Cambridge 2000.

هي الممارسة الحاملة لمعنى، كما أنها القاعدة المعقدة للمعايير الاجتماعية والميولات الثقافية والتواترات التعبيرية التي تظهر في الانتاجات التي يعرف أفراد المجتمع فيها ثقافتهم ويجدون مباشرة علامات هويتهم.

وهي كل التماثلات الجماعية للحياة المعيشية، المنعكسة في تطلعات الجماعة ورغباتها ومعتقداتها، وفي نظرتها للحياة، والتي يعبر عنها بطريقة شفوية، في أشكال تعبيرية متعددة كالقصة، والأسطورة، والنكتة، والشعر والأمثال والحكم..

246 ـ ثورة* Revolution – Révolution

عملية التغيير المفاجئ والسريع، والبعيد الأثر في الكيان الاجتماعي، التي تهدف لتحطيم استمرار الأحوال والأوضاع القائمة في مجتمع ما من خلال إعادة بناء النظام الاجتماعي بناءً جذرياً.



هي التغيير الذي يحدثه الشعب من خلال أدواته

نساء في ميدان التحرير في مصر في 25 ك2 2013.

Women shout during a protest in Tahrir Square in Cairo.

كالقوات المسلحة، أو من خلال شخصيات تاريخية، لتغيير نظام الحكم العاجز عن تلبية الطموحات، ولتنفيذ برنامج من المنجزات غير الاعتيادية.

وهي كذلك تغيير فجائي وكلي يتم خارج إطار نظام قانوني تتوافر فيه امكانية التغيير يختلف عن الإصلاح الذي هو التغيير التدريجي الجزئي السلمى الذي يتم من خلال نظام قانوني تتوافر فيه امكانية التغيير وتتوافر له الشرعية.

كما قد تعني الثورة في معنى آخر التطور البليغ أو كما هو متعارف عليه في مجال التكنولوجيا والعلوم التطبيقية، حيث يستخدم للإشارة إلى ثورة المعلومات والتكنولوجيا.

كمصطلح سياسي هي الخروج عن الوضع الراهن وتغييره، سواء إلى وضع أفضل أو اسوأ، باندفاع يحركه عدم الرضا أو حتى الغضب، والتطلع إلى الأفضل.

فالثورة ظاهرة مهمة جداً في التاريخ السياسي. هي حركة سياسية في بلد يحاول فيه الشعب أو الجيش أو مجموعات أخرى إخراج السلطة الحاكمة. وتستخدم هذه المجموعات الثورية العنف في محاولة إسقاط حكوماتها، ثم يؤسس الشعب أو الجيش حكومة جديدة في البلد بعد إسقاط الحكومة السابقة. وفي الثورات أحيانا، يتعرض الجيش للسلطة الحاكمة، وبعد ذلك يؤسس حكومة استبدادية عسكرية في البلد. وفي الحقيقة يبدأ الكثير من الثورات من عند الشعب ولكن تنتهي في دكتاتوريات

عسكرية، مثل ما حصل في معظم الثورات في أمريكا اللاتينية.



الثورة الأميركية

American Revolution gave birth to a regional hegemony that developed into a global super power 1776.

وهناك بعض الظواهر الاجتماعية التي تميز مرحلة ما قبل الثورة، منها انتشار الاضطراب الاجتماعي، ومن أشكاله ازدياد نسبه الإخلال بالنظام والتمرد عليه، وارتفاع معدلات الجريمة العاطفية والجنسية وحوادث الجنون، وانتشار التشهير بنقائص النظام والتحريض على تغييره، ويبدأ في هذه المرحلة أيضا تبلور إيديولوجي-فكرى- ثوري يوجه السلوك الجماعي نحو التغيير.

وتمر الثورة بمراحل متعددة، أهمها مرحلتان: الأولى منها تلقائية تفتقر إلى التنظيم، وتكون فيها الأهداف ذات طابع عام مجرد، أما المرحلة الثانية فتتميز بالتنظيم الواضح و تبلور الأهداف و ظهور القيادات.

وأسباب الثورة عديدة منها الأسباب الغريزية، ومنها الاقتصادية كالبطالة أو الصراع الطبقي أو الاحتجاج على الضرائب، ومنها الأسباب العقائدية والفكرية- الايديولوجية- والقيمية الممثلة في ظهور قيم وأفكار وعقائد جديدة، وأيضا الأسباب الكارزميه ممثلة في ظهور زعامة أو قيادة جديدة، والأسباب الحضارية ممثلة في الاحتكاك الحضاري بين الشعوب، وأخيرا الاسباب الديموغرافية (السكانية) ممثله في التغيرات التي تطرأ على السكان كالتناقص أو التزايد السريع في السكان.



الثورة الفرنسية

La Révolution Francaise 1848

والقائد في الثورة في مراحلها الأولى هو من النوع المحرض، وفي المرحلة التي تكتسب فيها الثورة شرعيتها يكون القائد من نوع رجل دولة، وفي المرحلة اللاحقة التي تتبلور فيها الثورة يكون القائد من النوع الإداري.

والثورات أنواع متعددة طبقا لمعايير متعددة، فهي تنقسم طبقا لمعيار التسلح إلى مسلحة وسلمية، وهي تنقسم طبقا لمعيار الحقل الذي تحدث فيه إلى سياسية أو حضارية أو صناعية، وطبقا للمعيار المادي التاريخي الماركسي، إلى ثورات إقطاعية وبرجوازية وبروليتارية وتحرر وطني.

¤ وصـــف الفيلســـوف الإغريقـــي

أرسطو شكلين من الثورات في سياقات سياسية، اولهما هو التغيير الكامل من دستور لآخر، والثاني التعديل على دستور موجود.

وللثورة تعريفات معجمية تتلخص بتعريفين ومفهومين، التعريف التقليدي القديم الذي وضع مع انطلاق الشرارة الأولى للثورة الفرنسية وهو قيام الشعب بقيادة نخب وطلائع من مثقفيه لتغيير نظام الحكم بالقوة. وقد طور الماركسيون هذا المفهوم بتعريفهم للنخب والطلائع المثقفة بطبقة قيادات العمال التي اسماهم البروليتاريا.



الثورة الإنكليزية

La Révolution Anglaise (1642-1649)

وقد تكون الثورة شعبية مثل الثورة الفرنسية عام 1789 وثورات أوروبا الشرقية عام 1989 وثورة أوكرانيا المعروفة بالثورة البرتقالية في نوفمبر 2004 أو عسكرية وهي التي تسمى انقلابا مثل الانقلابات التي سادت أمريكا اللاتينية في حقبتي الخمسينيات والستينات من القرن العشرين، أو حركة مقاومة ضد مستعمر مثل الثورة الجزائرية (1954 - 1962).

أما الانقلاب العسكري فهو قيام أحد العسكريين بالقفز الى السلطة من خلال قلب نظام الحكم, بغية الاستئثار بالسلطة والحصول على مكاسب شخصية من كرسي الحكم.

والمصطلح اللاتيني للثورة Revolution هو تعبير فلكي الأصل شاع استعماله بعد أن أطلقه العالم البولندي كوبرنيكوس على الحركة الدائرة المنتظمة للنجوم حول الشمس والتي لا تخضع لسيطرة الإنسان، وبالتالي تضمن المصطلح معنى الحتمية.

وقد انقسم الفلاسفة إلى تيارين: الأول يرفض الثورة كوسيلة للتغيير، ومن أعلام هذا التيار مونتسكيو الذي كان يرى أن الطغيان هو النظام الطبيعي في الثورات، وسوروكين الذي كان يصفها بأنها شذوذ وانحراف، وفليب جوستاف لوبون الذي كان يراها جهداً ضائعاً، لأن المجتمع يمكنه أن يصل إلى ما وصل إليه بالثورة بدون التضحيات و الخسائر التي تطلبتها الثورة.



مهاجمة قصر اللوفر في 29 تموز 1830، المدرسة الفرنسية في القرن التاسع عشر باريس، متحف كرنافاليه

Attaque du Palais du Louvre le 29 juillet 1830, Ecole française du XIXe siècle, Paris, Musée Carnavalet.

أما التيار الثاني فيأخذ بالثورة كوسيلة للتغيير ومن أعلام هذا التيار كارل ماركس الذي رأى طبقا لمنهجه المادي الجدلي ومحصلة تطبيقه في التاريخ (المادية التاريخية) أن الثورة هي محاولة لإلغاء التناقض في أسلوب الإنتاج بين علاقات الإنتاج وأدوات الإنتاج، والذي يعبر عن ذاته في شكل صراع طبقي بين الطبقة السائدة والطبقة المسودة، لذا وتطبيقا لذلك قال لينين إن العلامة الجوهرية للثورة هي انتقال سلطة الدولة من طبقة لطبقة. وكذلك روبسبير الذي يرى أن الثورة هي حرب الحرية ضد أعدائها.

كان هربرت ماركيوز يعتقد أن الطلبة هم مستقبل العالم لإحداث التغير بعدما فشلت الطبقة العاملة التي راهن عليها ماركس فى إحداث هذا التغيير. ورهن جان بول سارتر التغيير ايضا بالطلاب حيث قال عنهم أنهم يملكون خيالا أخصب من أسلافهم، يتدفق منهم شيء مدهش، مزعزع، يدين كل ما أدى إلى وصول المجتمع إلى ما وصل إليه من رداءة[1].



الثورة التونسية

La Révolution Tunisienne 2011.

وأهم الثورات عبر التاريخ هي: الثورة الإنجليزية عام 1689 المعروفة بالثورة المجيدة، والثورة الأمريكية عام 1763، والثورة الفرنسية عام 1789 التي استمرت 10 سنوات وانتهت عام 1799، وثورة أكتوبر في روسيا عام 1917، وثورة 1919 في مصر، وثورة العشرين في العراق 1920، والثورة الإيرانية عام 1979، والثورة الجزائرية عام 1954.[2]

أما «الثورات العربية»، أو «الربيع العربي» أو «ثورات الربيع العربي»، فهي حركات احتجاجية سلمية ضخمة انطلقت في كُلِ البلدان العربية خلال أوخر عام 2010 ومطلع 2011، وكان من أسبابها الأساسية انتشار الفساد والركود الاقتصادي وسوء الأحوال المَعيشية، إضافة إلى التضييق السياسي والأمني وعدم نزاهة الانتخابات في معظم البلاد العربية. وقد نجحت الثورة التونسية وثورة 25 يناير المصرية وثورة 17 فبراير الليبية والثورة اليمنية بإسقاط رؤساء الدولة . وأما الحركات الاحتجاجية فقد بلغت جميع أنحاء الوطن العربي، وكانت أكبرها هي حركة الاحتجاجات في سوريا. تميزت هذه الثورات بظهور هتاف عربي أصبح شهيرًا في كل الدول العربية وهو: «الشعب يريد إسقاط النظام».

1 ـ Gilles et Jean-Robert Ragache, La Vie quotidienne des écrivains et des artistes sous l'Occupation, 1940-1944, Hachette Littérature, Paris 1992, p. 76

2 ـ Bjorn Thomassen, “Toward an anthropology of political revolutions”, Comparative Studies in Society and History no 54, 2012, pp. 679–706

247 ـ ثورة المعلومات* - Information revolution
Révolution de l'information

الإنفجار المعرفي الضخم واتساع المجال الذي تعمل فيه المعلومات ليشمل كافة مجالات النشاط الإنساني، بحيث تحول إنتاج المعلومات إلى صناعة تنتج سلعة، تخضع لما تخضع له السلع من عرض وطلب و أصبح لها سوق كبير.

ترتبط ثورة المعلومات ارتباطاً وثيقاً بتكنولوجيا عصر المعلومات، وقد انتقل مركز ثقل العالم من الثروة إلى المعرفة، حيث تقسم المجتمعات البشرية اليوم على أساس المعرفة وليست الثروة، فالمعرفة هي اليوم محور التقدم بعكس معايير الثورة الصناعية، التي اعتمدت أكثر على الثروة. ولا تعني المعلومات الوفيرة شيئاً ذا قيمة في مجتمع لا يحسن استخلاص ما تحتويه هذه المعلومات من مفاهيم وعلاقات.

¤ لم تعد الفجوة بين البلدان المتقدمة والبلدان النامية مجرد فجوة موارد، بل أصبحت فجوة معرفية، نتيجة الثورة الهائلة في التكنولوجيا وثورة المعلومات والاتصالات. وأصبحت المعلومات تشكل في عالم اليوم مورداً مهماً للفرد والمجتمع. وفي ظل ثورة المعلومات، أصبحت رقائق الإلكترونات تلعب الدور المركزي، الذي كان يلعبه الفحم قديماً عند بدء الثورة الصناعية، ثم جاءت التكنولوجيا الرقمية لتشكل أساس التكنولوجيا الحديثة للقرن الواحد والعشرين، ما جعل البعض يلقب هذا العصر بالعصر الرقمي.

وقد ساعد هذا التقدم في اختصار الوقت بين أي نقطتين على سطح الأرض، نتيجة استخدام شبكة الاتصالات الإلكترونية وكذلك نشأة الفضاء المعلوماتي الجديد، وهو فضاء حقيقي وليس تخيلياً، له لغة محددة وبروتوكولات خاصة بالمتعاملين في إطاره، ولا يستند إلى واقع جغرافي محدد، مما يطرح تحولات مهمة في مجال تنظيم الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.



الثورة الثقافية الصينية

Cultural Chinese Revolution (1966-1976)

إن المعرفة، بصفتها سلعة معلوماتية، لا غنى عنها اليوم للقوة الإنتاجية التي أصبحت وستظل من أهم مجالات التنافس العالمي من أجل إحراز القوة. ويبدو من غير المستبعد أن تدخل دول في حروب من أجل السيطرة على المعلومات، كما حاربت في الماضي

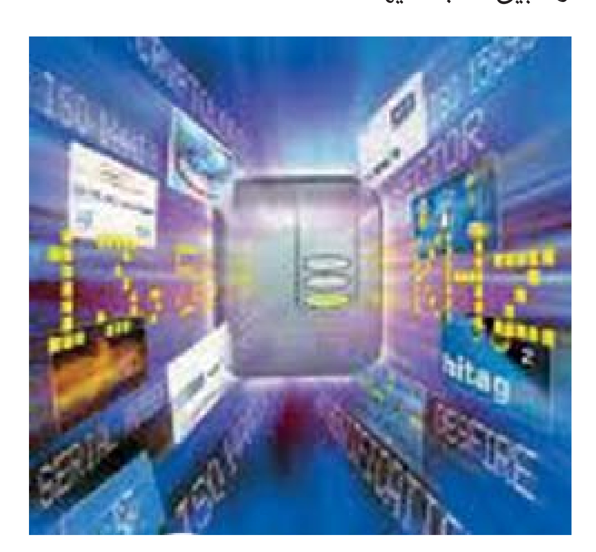
من أجل السيطرة على المستعمرات. وتنقسم المجتمعات البشرية الآن على أساس "من يعرف ومن لا يعرف" وليس من "يملك ومن لا يملك".

وترجع أهمية المعلومات إلى دورها الكبير في تنمية قدرات الدول على الإفادة من المعلومات المتاحة، والخبرات التي تحققت في الدول الأخرى نتيجة لتوافر رصيد ضخم من المعلومات العلمية والتقنية، ومن ثم ترشيد وتنسيق ما تبذله الدول من جهد في البحث والتطوير، على ضوء ما هو متاح من معلومات، وتوفير البدائل والأساليب الحديثة لحل المشاكل الفنية، وضمان القرارات السليمة في جميع القطاعات وعلى مختلف مستويات المسؤولية.

وقد سجلت الخطة التنفيذية العالمية للأمم المتحدة الخاصة بالاستفادة من العلوم والتكنولوجيا لأغراض التنمية UN World Plan of Action for the Application of Science and Technology to Development، أن لا سبيل للدول المفتقرة إلى الإمكانات العلمية والتكنولوجية القومية لأن تدرك احتياجاتها، أو الفرص المتوافرة في العلوم والتكنولوجيا في الدول الأخرى، أو مدى صلاحية ما هو متاح بالنسبة لاحتياجاتها الخاصة.

إن قيمة المعلومات وتأثيرها على المجتمع يتوقف على مدى رواجها وكثرة تطبيقاتها، فلا بد من مداولتها بين المختصين للحصول على أكبر فائدة ممكنة لخدمة الفرد وبناء المجتمع ومؤسساته.

إن الاهتمام بالمعلومات نابع من مدى أهميتها في تطور الشعوب ورقيها، والشعوب المتخلفة اليوم هي تلك التي لم تدخل الثورة الصناعية، أو إنها دخلتها متأخرة. في حين أن الشعوب المتخلفة غداً هي تلك التي لم تدخل ثورة المعلومات حتى اليوم. فالمعلومات هي القوة التي تحفظ للشعوب استقلالها. وتعتبر المعلومات قوة حضارية، ضرورية لتطور الشعوب وتقدمها، بوصفها تحتل المرتبة الأولى أهمية بين عناصر البناء والإنتاج، كما أن النمو الاقتصادي يرتبط ارتباطاً طردياً بكمية المعلومات، ونوعيتها، والطريقة التي يتم الإلمام بها، وتطبيق ما جاء فيها[1].



تصوّر للثورة الرقمية

Vision de la Révolutiom Numérique

1 ـ أمنية مصطفى صادق، الاتجاهات الحديثة في المكتبات الرقمية، عالم المعلومات والمكتبات والنشر، مج5، ع1 يوليو 2003، ص ص. 45 - 94.

248 ـ ثورة رقمية* -Digital revolution
Révolution numérique

عهد ظهور الحاسبات وأجهزة الحاسوب وغيرها من تبعات التطور التقني الحديثة، ويشمل كل الأجهزة التي تتعامل بالطرق الرقمية. وسمي العصر الحديث بالعصر الرقمي، لأن مبدأ عمل الحاسوب قائم على الرقمين (1/0) ، وهو ما يسمى بالنظام الثنائي Binary System في التعامل مع الدوائر الكهربائية التي يتكون منها جهاز الحاسوب.

¤ شهدت أنظمة الاتصالات على امتداد تاريخها جملة من التطورات جعلتها تلعب دورا تتزايد اهميته في مختلف مجالات حياة الانسان، يوما بعد يوم. ولعل أهم حدث عرفه قطاع الاتصالات وجعله يتحول من مجرد قطاع مساند لبعض الانشطة المتفرقة الى قطاع محوري له تاثير هام على مختلف المجالات، الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية، هو إدخال الرقمنة التي شملت تدريجيا مختلف انظمة معالجة ونقل المعلومة. وتتميز هذا الرقمنة بتوفير قدرة فائقة لترجمة المعلومات، في أشكالها المتعددة سواء منها المجسمة كالنصوص والصور والصوت، او المجردة كالعلاقات والافتراضات[1].

1 ـ راجع: نبيل علي، نادية حجازي، الفجوة الرقمية - رؤية عربية لمجتمع المعرفة، سلسلة عالم المعرفة، الكويت 2005.



الثورة البلجيكية

Episodes from September Days 1830 on the Place de l'Hôtel de Ville in Brussels.

ولم تقتصر التقنيات الرقمية على ترميز المعلومة بصفة الكترونية فقط بل اجتاحت ايضا تقنيات الارسال والاتصالات واصبحنا ايضا نتحدث عن الارسال الرقمي الذي مكن من تطوير قدرات شبكات الارسال الى درجات خالية ومن اخضاع الارسال للمعالجة الآلية، وبالتالي من تعديد الوظائف والخدمات ومن ادماج مختلف المجالات التي يشملها قطاع الاتصالات وخصوصاً شبكات الهاتف وشبكات تراسل المعطيات والارسال الاذاعي والتلفزي وشبكة الانترنات وغيرها.

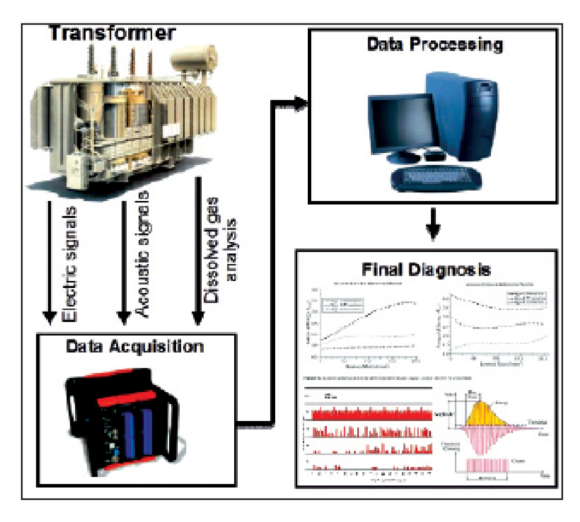
كما شهدت أنظمة التراسل أخيرا تطورا ملحوظا، فبرزت تكنولوجيا جديدة من أهمها التكنولوجيا البصرية، ذلك أن تطوير نظرية الليزر وصناعة الالياف البصرية من جهة واكتشاف المضخمات البصرية من جهة اخرى مكن من استعمال انظمة تراسل بصرية جديدة كنظام الهرم الرقمي المتزامن (SDH) الذي تصل سعته إلى 2,5 جيغابيت

في الثانية أي ما يعادل ارسال 39 الف مكالمة متزامنة لكل ليف بصري واحد.

ولعل من اهم المستجدات التي شهدها قطاع الاتصالات في الفترة الأخيرة ظهور تقنية الارسال المتعدد الاطوال الموجية (WDM) وقد بلغت سرعة التدفق بهذا النظام مؤخرا 40 جيغابيت في الثانية أي ما يقارب 625 الف مكالمة متزامنة لكل ليف بصري واحد. وتجدر الاشارة الى أن انظمة التراسل السابقة الذكر تحتوي على درجة كبيرة من الذكاء تمكن المشغل من التحكم فيها وصيانتها واستغلالها الإستغلال الامثل اذ توفرت طاقة ربط ديناميكية، كما تمنح شبكات هذه الأنظمة في شكلها الحلقي مستوى تامين مرتفع.

ومن جهتها، وحتى تتمكن من مواكبة التطور الحاصل في شبكات التراسل ومن الاستجابة لحاجيات المستعمل النهائي من حيث السعة، شهدت شبكات النفاذ تطورات هامة بفضل اعتماد تكنولوجيا نفاذ جديدة من اهمها تكنولوجيا DSL التي تعتمد على تقنيات ترميز جديدة . فبواسطة تجهيز خط المشترك الذي يشترط أن يكون ذا جودة عالية، بجهاز محول (Modem) تسمح تقنيات من تبادل المعطيات بسعة تصل الى حوالي 50 ميغابيت في الثانية وذلك باعتبار المسافة الفاصلة بين المشترك ومركز التحويل.[1]

1 ـ أنظر على الانترنت: http://history.sandiego.edu/gen/recording/digital.html



نظام متطور لقياس تحويل الصوت

Gauging-Laboratorial setup diagram

وبالرغم من حداثة استعمال تقنيات الرقمنة، فإن ظهور الشبكات متعددة الخدمات والتطورات الكبيرة التي شهدتها انظمة التراسل والتحويل، دفعت مشغلي الاتصالات الى استعمال الانظمة البصرية في شبكات النفاذ. كما أنه من المتوقع أن تدخل انظمة الاكبر سعة حيز الاستعمال في شبكات النفاذ في المستقبل في حالة تزايد الحاجة لسعة اضافية.

وفي نفس الاطار وحتى لا تمثل عائقا يعرقل التطور الذي عرفته شبكات التواصل والنفاذ، شهدت أنظمة التحويل تطورات هامة وعديدة. فبهدف مسايرة النسق المتزايد لسرعة تدفق المعطيات وامام محدودية التحويل الدوري لتحقيق ذلك ظهرت طريقة تحويل الحزم التي تمكن من سرعة تدفق اكبر وتعتمد على آليات مراقبة ذات جذوى مرتفعة تضمن بدرجة كبيرة التقارب بين المعلومات المرسلة والمقبولة. واصبح من الممكن تركيب تجهيزات لمئات الآلاف من المنخرطين.

واقتصرت التطورات التي شهدها قطاع

البث الاعلامي في السنوات الاخيرة على تطوير أجهزة التقبل والالتقاط والتركيب واعتماد الاقمار الاصطناعية في بث البرامج التناظرية، فمنذ فترة قصيرة امتدت الرقمنة الى تجهيزات الاستقبال واجتاحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هذا القطاع خصوصاً على مستوى الارسال الرقمي وكذلك ادخال وادماج شبكة الانترنت وشبكات الكابل التلفزية وغيرها. فبدأنا نشهد اليوم بروز ظاهرة التلفزة التفاعلية من خلال توفير بعض الخدمات للغرض مثل خدمة تسجيل البرامج التلفزية الرقمية وخدمة الفيديو تحت الطلب، وقد بدأ استخدام اجهزة التقبل لتدمج عديد الخدمات التلفزية والخدمات ذات القيمة المضافة وخاصة منها المتعددة الوسائط الاكثر تفاعلية.

لفهم الانتشار السريع للانترنت، لا بد من الإشارة الى الدور الكبير الذي لعبه انتشار قواعد البيانات من جهة والتطور المسجل في ميدان تقنيات التدوين اللامادي للوثائق من جهة اخرى، اذ ان ظاهرة التضخم التي بلغتها المعطيات ضمن اطار منطقي متناسق ادى الى تطوير ادوات مسك هذه المعلومات وتوفير امكانيات اسهل لاستغلالها، فظهرت نتيجة لذلك قواعد بيانات توفر للمستعملين اوجه متعددة للمعلومات تتماشى وحاجياتهم المرتقبة.

وقد انتشرت بفضلها بنوك المعطيات في جميع المجالات واصبحت تقدم للمستعمل خدمات ذات قيمة مضافة وعلى الخط من نوع الاعلام والارشاد والمساعدة. وقد ادى هذا الى تطوير الخدمات المسداة لفائدة المستعمل وذلك بجعلها متوفرة على الخط في كل مكان وزمان وبأكثر شفافية مما يضفي عليه اكثر اطمئنانا وتقبلا لقرارات المصلحة ويساهم اكثر في ارساء ثقافة التسامح والتآخي بالمجتمع.

ومن ناحية اخرى، لا بد أن نشير الى تطور مفهوم الوثيقة من مجرد كتاب او مجلة ثابتة ومجسمة الى وثيقة الكترونية تفاعلية تضم الى جانب الاشكال الخطية (نص، صورة،...) اشكالا حسية وحيوية منشطة ومتحركة، واصبحت تعرض في اشكال طبقات فائقة بحيث يتصفحها القارئ ويبحر فيها حسب تمشٍ مشخص لتطلعاته ورغباته، سميت بصفحات الويب[1].

لقد أتاحت الثورة الرقمية التي شهدها العالم في نهاية القرن العشرين فرصة لارساء دعائم مجتمعات واقتصاديات جديدة قادرة على محو ما خلفته الاقتصاديات الكلاسكية من تفاوت بين الدول والشعوب، وهو ما من شانه أن يساعد الدول النامية على اللحاق بركب الدول المتقدمة شريطة أن تساير نسق التحولات التي تمليها التكنولوجيا الحديثة بالسرعة والفاعلية المطلوبتين.



تصور لثورة الاتصال

Vision de la Révolution de la Communication

1 - Y. Veneris, "Modeling the transition from the Industrial to the Informational Revolution", Environment and Planning no 22 , 1990, pp. 399-416

249 ـ جذب الانتباه – *Attracting attention

Attirer l’attention

تركيز الشعور على نقطة معينة أو فكرة معينة، وإثارة الاهتمام لدى الفرد بتبيان كيف يمكن أن يشبع حاجاته ورغباته الناتجة عن دوافعه الفطرية والمكتسبة التي هي أساس كل نشاط حركي أو ذهني يقوم به.

وهي أيضا عملية يقصد بها توجيه شعور الفرد أو إدراكه الذهني إلى موقف سلوكي جديد عن طريق بعض المثيرات المقصودة.



مكافحة جرائم الأنترنت

UTSA hosts third national cyber defense competition 2012

250 ـ جرائم الانترنت* -Cybercrime

Cybercriminalité

مجمل الجرائم المرتكبة باستعمال المعلوماتية أو الشبكات المعلوماتية، وتكون هذه الجرائم ذات طبيعة متعددة. ويمكن أن تأخذ شكل الإجرام التقليدي باستعمال الوسائل التقنية للشبكات: الإعتداء الجنسي على الأطفال، إخفاء التحف الفنية، الإتجار بالمخدرات، شبكات المافيا أو الإرهاب، أو الإجرام المرتبط مباشرة بالتكنولوجيا: نشر فيروسات معلوماتية، الدخول بالخلع داخل شبكات الشركات، استعمال الأرقام السرية للبطاقات المصرفية، نشر معلومات كاذبة إلخ ..



جريدة "الصحيفة الصغيرة ـ لوبوتي جورنال"

"Le petit journal" 1912

251 ـ جريدة* Newspaper - Journal

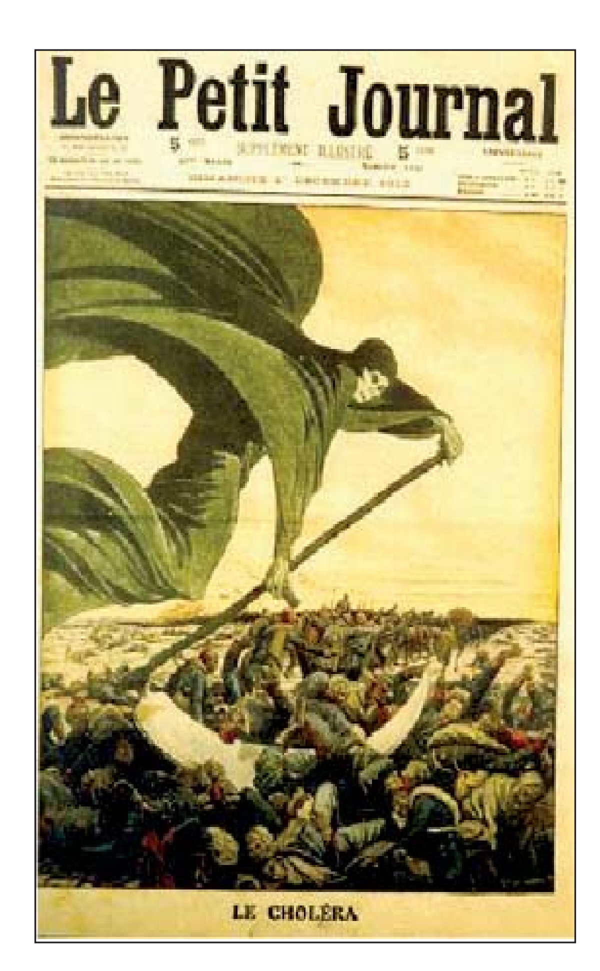
النشرة المطبوعة التي تصدر يوميا، وتشمل مواضيع متنوعة و على رأسها الأخبار، ويتوسع مفهومها ليشمل المجلة الأسبوعية أو أي دورية تقدم تقريرا عن الأحداث، أو هي متخصصة في مجال محدد كالفن أو الاقتصاد أو السياسة..

هي الوسيلة التي من خلالها تثار مختلف القضايا، التي تهم حزب معين أو جهة، أو جماعة، من أجل التعبير عن الرأي ومن أجل خلق رأي عام، حول مجمل القضايا المطروحة، سياسية كانت أم فكرية أم اقتصادية أم ثقافية..، لتلعب دوراً رئيسياً ومفصلياً في عملية الترويج السياسي وتشكيل الرأي العام.

والجرائد الملتزمة هي التي تلتزم بقضايا الجماهير قولاً، في عملية بناء الوطن وتطوره لتتحقق بذلك الحرية، و الديمقراطية، و العدالة الاجتماعية.

الصحيفة أو الجريدة هي إصدار يحتوي على أخبار ومعلومات وإعلانات، وعادة ما تطبع على ورق زهيد الثمن. يمكن أن تكون الصحيفة صحيفة عامة أو متخصصة،

خبر غزو الفضاء في جريدة
"الصحيفة الصغيرة – لو بوتي جورنال"
"Le petit journal" - la conquête de l'air -1912



خبر الكوليرا في جريدة "الصحيفة الصغيرة ـ لوبوتي جورنال"
Le choléra - "Le petit journal" 1912

وعملاً، وتوظف القوانين العلمية في التحليل الملموس للواقع الملموس، وتجعل الجماهير يستوعبون نتائج التحليل، التي تجعلهم يمتلكون وعيهم بالواقع الاقتصادي، والاجتماعي، والثقافي، والسياسي، مما يجعلهم ينخرطون

وقد تصدر يوميا أو أسبوعيا. تحتوي الصحف العامة (غير المتخصصة) عادة على الأخبار ومنها الأحداث السياسية والجرائم والأعمال والرياضة، وأيضا أخبار الطقس والكلمات المتقاطعة والطالع، وتأخذ أشكالا متعددة مثل

المقالات والأعمدة والكاريكاتور.

وتعد الصحافة المكتوبة من أهم المهن التي تنقل للمواطنين الأحداث التي تجري في محيط مجتمعهم والعالم اجمع.

جرى العرف أن يطلق اسم «صحيفة» على «الجريدة»، ولكن، علميا، الصحيفة هي كل مطبوع دوري، وبالتالي يدخل تحت خانتها المجلة التي يعمل بها «صحفيون» أيضا، إلا أن المجلة تتميز بدورية أطول من الجريدة التي تصدر يوميا أو أسبوعيا، في حين يمكن للمجلة أن تصدر أسبوعيا أو شهريا أو نصف شهريا أو فصليا أي كل ثلاثة أشهر، كما تختلف المجلة عن الجريدة في نوعية الورق ووجود غلاف وقطع مختلف.

ويطلق أحيانا لفظة السلطة الرابعة على الصحافة لما لها من تاثير على خلق الرأي العام. ومنذ ان ظهرت الوسائل الاعلامية الأخرى من اذاعة وتلفاز وانترنت ومازال الجدل والنقاش دائرا بين اوساط الاعلاميين حول مدى قدرة هذه المهنة، والتي تسمى أحيانا بمهنة البحث عن المتاعب، على البقاء والديمومة نظرا لسهولة انتشار الوسائل الاعلامية الأخرى وزيادة قدرتها على التاثير في الجمهور، إضافة إلى جاذبيتها.

ولكن ظلت الصحافة تحافظ على مكانتها، وذلك عبر لجوئها إلى بدائل أخرى ومحاولة البقاء ضمن دائرة اهتمامات الجمهور من خلال الاعلانات أو تقديم الخدمات العامة، أو التعمق في الأحداث اليومية وسرعة



NUMÉRO 281.

JOURNAL DE PARIS.

جريدة باريس

"Le journal de Paris" le 1er janvier 1777

الوصول إلى القارىء وغيرها.

¤ الجريدة تعود إلى الكلمة اللاتينية جورنال، أي الكتاب اليومي وهي أيضا مشتقة من كلمة «جور» التي تعني «يوم» باللغة الفرنسية، وتطور هذا المفهوم في القرن الثامن عشر خصوصاً في كل من فرنسا وبريطانيا، ليصف الجريدة اليومية.

في عام 1632 صدرت الصحيفة الفرنسية الأولى وكان اسمها الأخبار اليومية، بعد ذلك بأشهر تبعتها لاغازيت لصاحبها نيو فراست رنودوم حوالي عام 1796 وكان عدد النشرات الصادرة في باريس يتجاوز السبعين. وكانت أول جريده عربيه عام 1799 وكان اسمها الحوادث اليومية وكان ظهور أول جريدة عربية في شمال أفريقيا في

علم 1847 وهي المبشر[1].

252 ـ جماعة* Group – Groupe

وحدة اجتماعية تتكون من ثلاثة أشخاص وأكثر يتم بينهم تفاعل اجتماعي، وعلاقات اجتماعية وتأثير انفعالي ونشاط متبادل على أساسه تتحدد الأدوار والمكانة الاجتماعية لأفراد الجماعة وفق معايير وقيم الجماعة، إشباعا لحاجيات أفرادها ورغباتهم وسعيا لتحقيق أهداف الجماعة دائما.

253 ـ جماعة سعيدة -*Happy group
Groupe heureux

مجموعة مثالية تستخدم عادة في الإعلان أو الدعاية عموما، عن طريق تصوير مجموعة من الأشخاص الجذابين السعداء وربطها بالفكرة أو الهدف من الإعلان أو الدعاية، على أساس أن اتباعها سيجلب السعادة مثل



هتلر والجماهير

Hitler et les masses (1934-1945)

ماهي عليه هذه المجموعة المثالية.

254 ـ جماعة ضاغطة* -Pressure group
Groupe de pression

وحدة أفراد مرتبطين بأهداف واتجاهات

1 ـ Voir: Pierre Louis Albert, Histoire de la Presse, PUF, collection Que sais-je ?, Paris 2003.



جمهور مع جمهور الجماهير
An Audience with an Audience of Audiences

مشتركة، تحاول كسب قرارات ومواقف وانجازات ومكاسب لصالحها، وهذا عن طريق استخدام كافة الوسائل المتاحة والموجودة تحت تصرفها.

وهي أيضا تلك الجماعات المنظمة لتحقيق مصالحها المادية أو للوصول إلى أهداف معنوية، قد تتخصص في أي مجال من مجالات الحياة.

255 ـ جمهور* Audience - Audience

مجموعة من الناس يتابعون وسائل الاعلام ويتلقون رسائلها، وهم يجمعهم مكان واحد، ومصالح واحدة وقيادة واحدة وظروف بيئية واحدة، ويمكن توجيههم والسيطرة عليهم وإسقاط المعلومات والأخبار عليهم بهدف أن يكون سلوكهم بالاتجاه المرغوب فيه.

256 ـ جمهور أساسي – *Core audience Public de base

النسبة من المشاهدين التي تشاهد أو تستمع إلى برامج الراديو والتلفزيون من بدايتها إلى نهايتها.

257 ـ جمهور خارجي-* External public Public externe

سكان المنطقة التي توجد فيها المؤسسة، وأيضا العملاء والزبائن والمتعاملون مع المؤسسة أو المنظمة. وهو مصطلح عادة ما يطلق في العلاقات العامة لتحديد الجماهير المستهدفة بخططها.

258 ـ جمهور داخلي* Internal public - Public interne

جمهور المؤسسة، وهو يشمل مجلس



جمهور خاص
Private audience

الإدارة والرؤساء والمرؤوسين من الموظفين والمستخدمين والعمال. وهو التصنيف الذي تلجأ إليه إدارة العلاقات العامة في تعاملها واتصالها الداخلي من أجل نجاح مهامها ووظائفها.

259 ـ جمهور صافٍ *– Net audience Audience nette

مجموع عدد الأفراد الذين تستهدفهم الحملة الإعلانية، ويتم احتسابهم مرة واحدة، بغض النظر عما اذا كان هذا الفرد قد شاهد الحملة مرة واحدة أو أكثر من مرة.

260 ـ جمهور عام* - Public audience Audience publique

مجموعة من الأفراد، يشكلون وحدة اجتماعية من خلال الاعتراف المتبادل بوجود مشاكل مشتركة ينبغي إيجاد حلول مشتركة لها. وهو الجمهور الأكبر من ناحية الحجم بحيث يكون أعضاؤه أكثر تبعثرا، ومتباعدين في المكان وأحيانا في الزمان، ولكنه ذو ديمومة أكثر، اذ يتشكل حول قضية مشتركة من الحياة العامة، وهدفه الرئيسي تكوين اهتمام أو رأي عام حول قضية عامة أو موضوع معين.

261 ـ جمهور خاص * Special audience Audience spéciale

الجمهور الذي يجمع أفراده بعض الاهتمامات أو الحاجات أو الاتجاهات المشتركة التي تميز عضويتهم في هذا الجمهور، مثل الافراد المشتركين في صحيفة ما. و يصبح من بعد ذلك من واجب وسائل الاعلام استثارة هذا الاهتمام و تدعيمه و تلبية حاجاته، بحيث يمكن أن تحتفظ بهذا الجمهور الذي يندمج أعضاؤه في التركيز الجمعي، و ينشرون بذلك الاتصال الذي يرتبط بهذا التركيز، و هذا ما يبرر اختيار وسائل الإعلام للموضوع الشائع بين أعضاء هذا الجمهور لتتخذه مدخلا لتنظيم الاهتمامات و تكييفها.

262 ـ جمهور مجهول *Anonymous audience - Audience anonyme

المستمعون أو المستقبلون لمختلف الرسائل الاتصالية، والذين لا ينتمون إلى مجموعة محددة، فبالتالي يعدون مجهولين بالنسبة لصاحب الإنتاج الإعلامي.

263 ـ جمهور مفترض *Presumed audience - Public présumé

مجموع السكان الذين لديهم الاستعداد لاستقبال عرض وحدة اتصال، أي الذين يملكون الوسائل المادية و التقنية التي تمكنهم من استقبال الرسائل الإعلامية لوسيلة معينة. ومن هنا فإن كل الذين يمتلكون أجهزة استقبال تلفزيون أو إذاعة يشكلون الجمهور المفترض.

والجمهور المفترض للصحيفة يقاس بعدد نسخ السحب، أما جمهور الويب المفترض حسب هذا المنظور فهو أكثر تعقيدا لأنه يتطلب توفر جهاز كمبيوتر و خط هاتفي و مودم إلى جانب اشتراك في الانترنت.

**264 ـ جمهور فعلي *- Actual audience
Audience réelle**

مجموع الأشخاص الذين استقبلوا فعلا العرض الإعلامي، مثل المواظبين على برنامج تلفزيوني، أو المستمعين المداومين على حصة إذاعية معينة، أو قراء صحيفة، أو زوار موقع الكتروني، ويسجل حضورهم بمجرد النقر على رابط الموقع.

**265 ـ جمهور متعرض - *- Exposed public
Public exposé**

جزء من الجمهور الفعلي الذي يتلقى الرسالة الاتصالية بصرف النظر عن إدراكها، وعن الموقف الذي يتخذه منها. فهناك من الجمهور من يستجيب للرسالة الاتصالية، وهناك من يتجاهلها تبعا لتطابقها مع احتياجاته ومصالحه المادية واهتماماته الفكرية والثقافية.

266 ـ جمهور فعال * Active public – Public actif

المجموعة التي تتفاعل أي تستجيب للرسالة الإعلامية، وهو المستهدف من قبل الإعلانات التجارية والدعوات الانتخابية، وهو الجمهور الذي يحاول المرسل كسب وده أو حياده.

267 ـ جمهور أوقات السياقة Drive-time audiences* – Les Audiences du temps de conduite

أفراد الجمهور الذين يستمعون إلى الراديو في سيارتهم، في الصباح عند الذهاب إلى العمل أو الدراسة، غالبا بين الساعة السادسة والتاسعة صباحا، ومساء في طريقهم إلى البيت بين الساعة الرابعة والسابعة مساء.



جماهير هتلر

Les masses de Hitler

محرك البحث الأوسع انتشارا على شبكة الأنترنت، أنشىء سنة 1998، ويحتوى على أكثر من 10 بلايين صفحة ويب، وتعود تسميته إلى اللعبة المعروفة جوجل والتي تعني الرقم 1 مرفقاً بمائة، وقد أصبح لاحقا في اللغة اليومية فعلا معناه الحصول على معلومات من شبكة الأنترنت، باستخدام محرك البحث جوجل.



جمهور فعّال

Active public

268 ـ جماهير* Masses - Masses

عدد واسع من الأفراد يشتركون في ظروف اجتماعية واقتصادية تجعل منهم قوة رفض ومواجهة للظروف المحلية. وفي الإعلام، الجماهير هي مجموعات متعددة من الناس غير متجانسة ومن غير الضروري أن تكون تعرف بعضها بعضا، تختلف في الإقامة و الثقافات والقيم والمعتقدات، إلا أنها ترتبط ببعضها بواسطة الهدف الرئيسي من الرسائل الاتصالية التي تنقلها وتتوجه بها وسائل الاتصال الجماهيري.

269 ـ جوجل Google*- Google



❃❃❃

270 ـ حادثة* Incident- Incident

وقوع شيء ما لم يكن معروفاً أو معهوداً من قبل، وهو ما يؤدي بوسائل الإعلام والاتصال إلى الإهتمام به، ومعالجته ونقله.

والحوادث عنصر جذب للإنتباه، فأغلب وسائل الإعلام والاتصال حاليا تحاول الوصول إليها، ليس فقط لضمان متابعة ووفاء جمهورها، بل أيضا من أجل كسب جماهير جديدة بفضل تغطية هذه الأحداث، مثل ماهو الحال عليه في نقل الحروب والنزاعات من طرف



تمثال رجل الاتصال الأول أرسطو

Our first Communication Model Man, Aristotle.

القنوات التلفزيونية الفضائية.

271 ـ حاسب آلي* Computer – Ordinateur

جهاز مكون من رقائق إلكترونية، مثبتة على بطاقة إلكترونية، مجهزة لاستقبال البيانات وتخزينها ومعالجتها، بدون تدخل العنصر البشري. ويتم ذلك من خلال مجموعة من البرامج التطبيقية المخزنة بذاكرة الحاسب، بهدف استخلاص المعلومات المستهدف الحصول عليها، وأيضاً استرجاع البيانات والمعلومات المختزنة وقت الحاجة.

272 ـ حتمية الأنترنت* Net imperative - Impérativité d'Internet

النظرية التي ترى أن استخدام المنظمات والمجتمعات لشبكة الأنترنت، إذا أرادت النجاح والاستمرارية، أمر حتمي في العالم الرقمي الحالي. وقد تحولت الى نظرية عربية حديثة تبناها العديد من الباحثين وعرفت بالحتمية الرقمية.

273 ـ حدث* Event- Evènement

كثيراً ما نشاهد على شاشات التلفاز تغطيات حصرية لأحداث إعلامية مهمة، ولكن، ليس كل حدث مهم يتم بثه في على شاشات التلفاز يعتبر حدثاً إعلامياً، اذ يجب أن يتلاءم الحدث مع معايير معينة، مثل أن يكون: 1. بثاً حياً ومباشراً. 2. حدثاً مخططاً مسبقاً، ويوجد للمشاهد معلومات سابقه عن حدوثه. 3. مكان وتوقيت الحدث معروفين وتم الإعلان عنهما مسبقاً. 4. الحدث يناقش ويدور حول شخصية او مجموعة اشخاص لهم صفة "بطولية". 5. الحدث ذو طابع درامي او احتفالي. 6. أهميته قصوى لدرجة ان تتحول مشاهدته لعادة اجتماعية متفق عليها.

274 ـ حديث*Interview - Interview

الكلام الذي تصرح به شخصية ما ويدور حول قضية أو مجموع قضايا ومواضيع مختلفة، وهناك عدة أنواع من الأحداث وعلى ضوء هذه الأنواع يتحدد مفهوم كل واحد منها.

275 ـ حديث صحفي* - Press interview Entrevue de presse

المقابلة التي يجريها صحفي، من أجل الحصول على توضيحات، وتصريحات، وآراء، ومواقف، وردود أفعال، وأخبار أو معلومات، من أحد الأفراد سواء كان هذا الفرد شخصية عامة تصريحاتها ذات وزن، أو من العامة من الناس على غرار الشهود عن الوقائع والأحداث المختلفة.



276 ـ حديث الرأي* – Opinion interview

حديث الراي

Opinion interview

Entrevue d'opinion

نوع من المقابلات التي تحاول عرض رأي وموقف ووجهة نظر شخصية ما، حول موضوع أو قضية محددة تجلب اهتمام الجمهور. وأهم مايميز هذه المقابلات هو التركيز على الاهتمام بآراء الشخصية التي يجري معها الحديث، وليس تسليط الضوء على الشخصية نفسها.

277 ـ حرب إعلامية* Media war - Guerre médiatique

شكل من أشكال الاتصال يرتكز على انتقال الأفكار والمشاعر بقصد إضعاف إرادة الآخر أو شل قدرته أو التقليل من ثقته بنفسه، أو من روحه المعنوية، أو إشعاره بروح الهزيمة أو الإذلال أو الدونية عن طريق توظيف مختلف وسائل الإعلام، بما فيها المناشير والملصقات.

278 ـ حرب إلكترونية* Cyberwar - Guerre électronique

استخدام الاتصالات الإلكترونية والأنترنت لمحاربة العدو بتخريب واتلاف أنظمته الإلكترونية وملفاته.

279 ـ حرب رقابية –*Censor war Guerre de censure

استخدام برنامج الدردشة على شبكة الأنترنت للقيام بتصفية المحتوى للمستخدمين الأعداء.

280 ـ حرب نفسية* - Psychological warfare Guerre psychologique

التوظيف المخطط للدعاية، وغيرها

من النشاطات التي تستهدف بالدرجة الأولى التأثير على آراء، ومواقف، وسلوك ومشاعر الجماعات المعادية، أو حتى المحايدة أو صديقة، بطريقة تساعد في تحقيق أهدافها.

هي استخدام مخطط من جانب دولة أو مجموعة من الدول للدعاية وغيرها من الإجراءات الإعلامية الموجهة إلى جماعات عدائية أو محايدة أو صديقة، للتأثير على آرائها وعواطفها ومواقفها واتجاهاتها وسلوكها بطريقة تعين على تحقيق سياسة الدولة وأهدافها المستخدمة أو الدولة المستخدمة.

وهي استخدام الدعاية ضد العدو مع اجراءات



من صور الحرب النفسيّة الاسرائيلية

Israeli psychological war

عملية ذات طبيعة عسكرية أو اقتصادية أو عسكرية مما تتطلبه الدعاية، مثل بث اليأس والرغبة في الاستسلام والكف عن الصراع في نفوس العدو، وذلك عن طريق التهوين من إمكاناتهم وإقناعهم أن مصالحهم تتحقق بالاستسلام، والتهويل من قوة وإمكانات الجهة القائمة بالحرب النفسية وإقناعهم بأن المواجهة معها تعد عبثا وانتحاراً، وتضخيم أخطاء قيادات العدو لزعزعة الثقة بينهم وبين مناصريهم والعاملين معهم، مما يؤدي إلى تفسخ العلاقات الرابطة بينهم وضعف الانضباط والتماسك.

وتمارس الحرب النفسية عن طريق إضعاف الجبهة الداخلية للعدو وإحداث الثغرات فيها، وذلك من خلال تشجيع الفئات والجماعات المناهضة لنظام الحكم على الانشقاق، وتشكيك الجماهير في قدرة قيادتها السياسية وتشكيك الأفراد في قدرة القوات المسلحة، والعمل على تفتيت الوحدة بين عامة الشعب والقوات المسلحة بحيث لا يثق أحدهما بالآخر.

281 ـ حرب نفسية استراتيجية* Strategical psychological warfare - Guerre psychologique stratégique

تسعى عمليات الحرب النفسية الاستراتيجية إلى تحقيق أهداف شاملة بعيدة المدى، وتنسق عادة مع الخطط الاستراتيجية العامة للحرب، وتوجه غالبا إلى القوات المسلحة المقاتلة وإلى الشعوب بصفة جماعية شاملة، وتتميز بالشمول والامتداد في المكان والزمان وقد تمتد إلى عشرات بل مئات السنين.



الحرب النفسية بين إسرائيل وحزب الله

Hezbollah - Israel Psychological war 2012

282 ـ حرب نفسية تكتيكية* Tactical psychological warfare - Guerre psychologique tactique

حرب الصدام المباشر مع العدو والالتحام به وجها لوجه، سواء بالحرب السياسية أو الاقتصادية أو المعنوية أو العسكرية، أو بمجموعة من هذه الحروب، أو بها مجتمعة، حسب الهدف المرسوم.



الحرب النفسية التكتيكية في غزة

La guerre psychologique tactique israélienne à Gaza 2012

283 ـ حرب نفسية تعزيزية* Reinforcing psychological warfare - Guerre psychologique renforcante

تثبيت دعائم النصر الذي تكون الحرب النفسية التكتيكية والاستراتيجية قد حققته، ثم تحويل النصر إلى أمر واقع يأخذ صفة الشرعية والدوام. وتلجأ الحرب التعزيزية في المقام الأول إلى تصنيع مزيج من الترهيب والترغيب لإقناع الخصم بأن هزيمته نهائية ومؤبدة، وأن مصلحته ترتبط مباشرة بتسليمه بهذه الهزيمة ثم بتعاونه مع المنتصر.

ففي مجال الصراع بين الأمم أو بين الجيوش، فإن كل جانب يحرص على أن ينشئ في خصمه «الحالة العقلية» التي تحقق له أهدافه والانتصار عليه. وهنا يأتي دور «الحرب النفسية» أو «الدعاية» التي يجمع الخبراء على أنها أقوى أسلحة الصراع أثرا في تحقيق النصر بسرعة وبأقل الخسائر في الأرواح والمعدات.

¤ الحرب بالسلاح تستطيع أن تدمر القوات والمعدات، والحرب الاقتصادية تحرم الخصم من المواد الحيوية، أما الحرب النفسية فهي تستطيع ما هو أخطر وأعمق أثرا، إنها تجرده من أثمن ما لديه وهو إرادته القتالية، فهي تستهدف في المقاتل أو المواطن عقله وتفكيره وقلبه وعواطفه لكي تحطم روحه المعنوية وتقوده إلى الهزيمة، وهذا ما دعا القائد الألماني رومل إلى القول بأن القائد الناجح هو الذي يسيطر على عقول أعدائه قبل أبدانهم، ودعا تشرتشل إلى أن يقول: «كثيرا ما غيرت الحرب النفسية وجه التاريخ!».

وقد بلغ من تأثير الحرب النفسية أن كثيرا من الأمم، كما يروي التاريخ، استسلمت لأعدائها قبل أن تطلق جيوشها طلقة واحدة[1].

---

1 ـ محمد محمود المندلاوي، الدعاية وخفايا الارهاب، دار الهادي، بيروت 2000، ص.130.



حركات إجتماعية عالميّة

Mouvements sociaux mondiaux 2011

284 ـ حركة* Movement - Mouvement

السلوك التلقائي الذي يجري على نطاق واسع من قبل عدد كبير من الأفراد، نحو هدف مشترك، دون التخطيط أو التنسيق له، كالإضطرابات الاجتماعية والسياسية، التي تحظى بتأييد تلقائي من الجماهير.

285 ـ حرية التعبير* - Freedom of expression

Liberté d'expression

الحرية في البوح والإفصاح عن الأفكار والآراء والمواقف عن طريق الكلام أو الكتابة أو أي عمل فني، بدون رقابة أو قيود من أي جهة كانت، على أن لا تمثل هذه الحرية ما يمكن اعتباره خرقاً للقيم والتقاليد، أو مشاعر ومقدسات الآخرين.

ويصاحب حرية الرأي والتعبير بعض الحقوق الأساسية، مثل حق حرية العبادة، وحق حرية الصحافة، وحق حرية التظاهراتالسلمية.

¤ ترجع بدايات المفهوم الحديث لحرية الرأي والتعبير إلى القرون الوسطى في المملكة المتحدة بعد الثورة التي أطاحت بالملك جيمس الثاني في إنكلترا عام **1688**، ونصبت الملك وليام الثالث من إنكلترا والملكة ماري الثانية من إنكلترا على العرش، وبعد سنة من هذا أصدر البرلمان البريطاني قانون «حرية الكلام في البرلمان». و بعد عقود من الصراع في فرنسا، تم اقرار ونشر إعلان حقوق الإنسان والمواطن في فرنسا عام **1789** عقب الثورة الفرنسية، الذي نص على أن حرية الرأي والتعبير جزء أساسي من حقوق المواطن. وكانت هناك محاولات في الولايات المتحدة في نفس الفترة الزمنية لجعل حرية الرأي والتعبير حقا أساسيا لكن الولايات المتحدة، لم تفلح في تطبيق ما جاء في دستورها لعامي **1776** و **1778** من حق حرية الرأي والتعبير، حيث حذف هذا البند في عام **1798**، واعتبرت معارضة الحكومة الفدرالية جريمة يعاقب عليها القانون، ولم تكن هناك مساواة في حقوق حرية التعبير بين السود والبيض.

ويعتبر الفيلسوف جون ستيوارت ميل

John Stuart Mill (1873 - 1806) من أوائل من نادوا بحرية التعبير عن أي رأي مهما كان هذا الرأي غير أخلاقي في نظر البعض، حيث قال: ان كل البشر يمتلكون رأيا واحدا، وكان هناك شخص واحد فقط يملك رأيا مخالفا، فإن إسكات هذا الشخص الوحيد لا يختلف عن قيام هذا الشخص الوحيد بإسكات كل بني البشر إذا توفرت له القوة[1].

كتاب جون ستورات ميل ـ «عن الحرية»

Ouvrage de John Sthuart Mill - "On liberty"

وكان الحد الوحيد الذي وضعه ميل لحدود حرية التعبير عبارة عن ما أطلق عليه "إلحاق الضرر" بشخص آخر، ولا يزال الجدل قائما الى اليوم عن ماهية الضرر. فقد يختلف ما يعتبره الإنسان ضررا ألحق به من مجتمع إلى آخر. وكان جون ستيوارت ميل من الداعين للنظرية الفلسفية التي تنص على أن العواقب الجيدة لأكبر عدد من الناس هي الفصل في تحديد اعتبار عمل أو فكرة معينة أخلاقية أم لا، وكانت هذه الأفكار مناقضة للمدرسة الفلسفية التي تعتبر العمل اللاأخلاقي سيئا، حتى ولوعمت فائدة من القيام به. واستندت هذه المدرسة على الدين لتصنيف الأعمال من مقبولة أو مسيئة، ولتوضيح هذا الاختلاف فإن جون ستيوارت ميل يعتبر الكذب على سبيل المثال مقبولا إذا كان فيه فائدة لأكبر عدد من الأشخاص في مجموعة معينة، على عكس المدرسة المعاكسة التي تعتبر الكذب تصرفا سيئا حتى ولو كانت عواقبه جيدة.

وبسبب الهجرة من الشرق إلى الدول الغربية واختلاط الثقافات والأديان ووسائل الاتصال الحديثة مثل الإنترنت، شهد العالم موجة جديدة من الجدل حول تعريف الإساءة أو الضرر، وخصوصاً على الرموز الدينية، حيث شهد العالم في أواخر 2005 وبدايات عام 2006 ضجة سياسية وإعلامية ودينية واقتصادية حول ما اعتبره المسلمون الإساءة للنبي محمد، واعتبره العالم الغربي وسيلة لحرية الرأي والتعبير[2].

1 ـ See: Clifford G. Christians and John C. Merrill (eds.), Ethical Communication: Five Moral Stances in Human Dialogue, University of Missouri Press, Columbia 2009.

2 ـ Idem Clifford G.



إعلان لحرية التعبير

Liberté d'expression

بدأت مؤخرا حركات في أوروبا تطالب بتعديلات في القوانين القديمة المتعلقة بالإساءة إلى الرموز الدينية التي، وان وجدت في القوانين الأوروبية، نادرا ما تطبق في الوقت الحالي. ولكن، مع انتشار الهجرة إلى أوروبا من الدول الغير أوروبية، وجدت الكثير من الدول في أوروبا نفسها في مواقف قانونية حرجة لوجود بنود في قوانينها الجنائية تجرم المسيئين إلى الرموز الدينية، ووجود بنود أخرى تسمح بحرية الرأي والتعبير.

هذه القوانين التي تعتبر الإساءة للدين عملا مخالفا لا تزال موجودة، على سبيل المثال ما ورد في البندين 188 و 189 من القانون الجنائي في النمسا، والبند 10 من القانون الجنائي في فنلندا، والبند 166 من القانون الجنائي في ألمانيا، والبند 147 من القانون الجنائي في هولندا، والبند 525 من القانون الجنائي في اسبانيا، وبنود مشابهة في قوانين إيطاليا والمملكة المتحدة والولايات المتحدة[1].

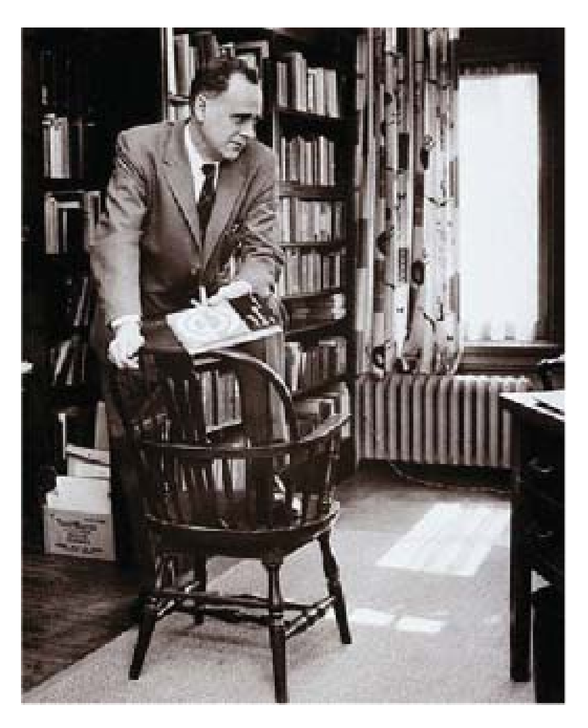
يمنع القانون الفرنسي أي كتابة أو حديث علني يؤدي إلى حقد أو كراهية لأسباب عرقية أو دينية، ويمنع أيضا تكذيب جرائم الإبادة الجماعية ضد اليهود من قبل النازيين ونشر أفكار الكراهية بسبب الميول الجنسية لفرد. وقد اتهم القضاء الفرنسي المفكر الفرنسي روجيه جارودي وكذلك الكاتب الصحفي إبراهيم نافع بتهمة معاداة السامية حسب قانون جيسو. وفي 10 مارس 2005 منع قاضٍ فرنسي لوحة دعائية مأخوذة من فكرة لوحة العشاء الأخير للرسام ليوناردو دا فينشي، حيث تم تصميم اللوحات الدعائية لبيت ڤيغبادو لتصميم الملابس وأمر بإزالة جميع اللوحات الإعلانية خلال 3 أيام. وأعلن القاضي أن اللوحات الدعائية مسيئة للروم الكاثوليك، وعلى الرغم من تمسك محامي ڤيغبادو بأن منع الإعلانات هو نوع من الرقابة وقمع لحرية التعبير، إلا أن القاضي أقر بأن الإعلان كان تدخلاً مشيناً وعدوانياً بمعتقدات الناس الخاصة، وحكم بأن محتوى الإساءة إلى الكاثوليك أكثر من الهدف التجاريِ المقدم.

في القانون الأساسي الألماني والذي يسمى Grundgesetz ينص البند الخامس على حق حرية الرأي والتعبير، ولكنه يرسم حدوداً مماثلة للقانون الفرنسي تمنع خطابات الكراهية ضد العرق والدين والميول الجنسية

1 ـ مي العبدالله، الاتصال والديمقراطية، دار النهضة العربية، بيروت 2005، ص ص 68 - 90.

إضافة إلى منع استعمال الرموز النازية مثل الصليب المعقوف[1].

في بولندا تعتبر الإساءة إلى الكنيسة الكاثوليكية ورئيس الدولة جريمة يعاقب عليها القانون، حيث تم الحكم بالسجن لمدة 6 أشهر على الفنان البولندي دوروتا نيزنالسكا Dorota Nieznalska في 18 يوليو 2003 لرسمه صورة العضو الذكري على الصليب، وتم تغريم الصحفي جيرزي أوروبان غرامة بمبلغ 5000 يورو في 5 يناير 2005 لإساءته لشخص يوحنا بولس الثاني.



جون ستورات ميل

John Stuart Mill (1806-1873)

يمنع القانون الكندي خطابات وأفكار الكراهية ضد أي مجموعة دينية أو عرقية وتمنع الأفكار أو الكلام أو الصور التي تعتبر مسيئة أخلاقيا من الناحية الجنسية حسب القوانين الكندية، وفي 29 ابريل 2004 وافق البرلمان على قانون يمنع الإساءة لشخص بسبب ميوله الجنسية.

في الولايات المتحدة وضعت المحكمة العليا مقياسا لما يمكن اعتباره إساءة أو خرقاً لحدود حرية التعبير ويسمى باختبار ميلر Miller test وبدأ العمل به في عام 1973. ومن الجدير بالذكر أن إنكار حدوث إبادة جماعية لليهود لا يعتبر عملا جنائيا في الولايات المتحدة، ولهذا تتخذ معظم مجموعات النازيون الجدد من الولايات المتحدة مركزاً إعلامياً لها[2].

بعد أحداث 11 سبتمبر 2001 صدق في الولايات المتحدة على قانون يعرف بـ Patriot Act، الذي منح الأجهزة الأمنية صلاحيات واسعة تمكنها من القيام بأعمال تنصت ومراقبة وتفتيش دون اللجوء إلى التسلسل القضائي الذي كان متبعا قبل 11 سبتمبر 2001. ومع بدء الولايات المتحدة حملاتها العسكرية على كل من أفغانستان والعراق فيما يعرف بالحرب على الإرهاب، وتعرض مقرات بعض القنوات الإخبارية والصحافيين العاملين بها لاعتداءات متكررة من قبل القوات الأمريكية، بدأت تظهر مزاعم حول تعمد ذلك وخصوصاً بعد استهداف مقر قناة الجزيرة الإخبارية في

1 ـ مي العبدالله، نفسه.

2 ـ See: Adam Thierer & Brian Anderson, A Manifesto for Media Freedom, Encounter Books , New York 2008.

أفغانستان عام 2002[1].

وفي بغداد أثناء عملية غزو العراق 2003، والتي أدت إلى مقتل مراسل الجزيرة في بغداد طارق أيوب وساعد في تأكيد ذلك نشر صحيفة الديلي ميرور البريطانية في نوفمبر 2005 وثائق سرية اشتهرت باسم وثيقة قصف الجزيرة مفادها أن الرئيس الأمريكي جورج و. بوش كان يرغب بقصف المركز الرئيسي لقناة الجزيرة في قطر، وقد نفى متحدث البيت الأبيض هذه الإتهامات.

في أستراليا، في فبراير 1996 تم الحكم على السياسي الماركسي ألبرت لانغر Albert Langer بالسجن لمدة 10 أسابيع لتحريضه الناخبين على كتابة أرقام أخرى لم تكن موجودة ضمن الخيارات في ورقة الاقتراع، وذلك لإظهار الاحتجاج على الحزبين الرئيسين المتنافسين. وقد اعتبر هذا مخالفا لقوانين الانتخابات في أستراليا[2].

في بلجيكا منعت السلطات المحلية لمدينة Middelkerke في 6 فبراير 2006 الفنان ديفد سيرني David Cerny من عرض تمثال للرئيس العراقي السابق صدام حسين في أحد المعارض الفنية. ويظهر التمثال

1 ـ Idem

2 ـ See: Scott Gant , We›re All Journalists Now: The Transformation of the Press and Reshaping of the Law in the Internet Age, Free Press , New York 2007.



سقوط تمثال صدام حسين

La chute de la statue de saddam Hussein (9-4-2003)

صدام حسين على هيئة سمكة قرش ويده مكبلةٌ بالأغلال من الخلف في حوض من الفورمالين. واعتبرت السلطات هذا العمل الفني مثيرا للجدل، وقد يسبب احتجاجات من الأطراف المؤيدة للرئيس العراقي السابق.

هناك العديد من الدول الأفريقية التي تنص دساتيرها على حق حرية التعبير، ولكنها لا تطبق على أرض الواقع بنظر المراقبين الدوليين لحقوق الإنسان الذين أشاروا إلى خروق واضحة لحق المواطن في التعبير عن رأيه بحرية في كينيا وغانا. ويعتبر البعض إريتريا في مقدمة الدول في اعتقالها للصحفيين. وهناك رقابة حكومية على وسائل الإعلام في السودان وليبيا وغينيا الاستوائية، بينما تظهر بوادر تحسن في حقوق الحرية في الرأي في تشاد والكاميرون والغابون[1].

هناك العديد من الدول الاسيوية التي تنص دساتيرها على حق حرية التعبير، ولكنها لا تطبق على أرض الواقع بنظر المراقبين الدوليين لحقوق الإنسان الذين أشاروا إلى خروق واضحة لحق المواطن في التعبير عن رأيه بحرية في فيتنام وميانمار وكوريا الشمالية.

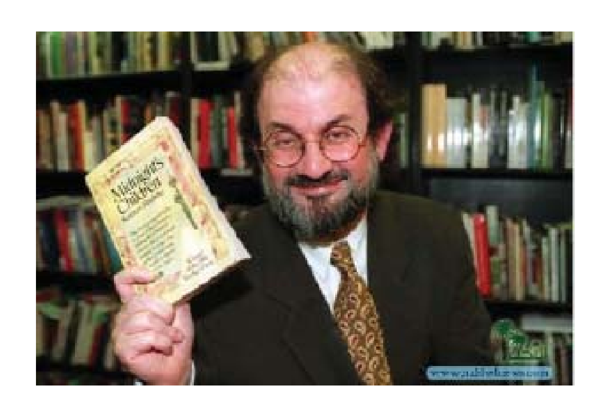
وأشارت تقارير المراقبين إلى أن هناك تحسناً في مجال حرية التعبير في الصين مقارنة بالسابق، إلا أن الحكومة في الصين لا تزال تراقب وسائل الإعلام وتمنع مواطنيها من الدخول إلى العديد من مواقع الإنترنت بما فيها موسوعة ويكيبيديا .

1 ـ See:Kim Jackson, Parliament of Australia Parliamentary Library, Media Ownership Regulation in Australia, 2003

في 26 سبتمبر 1988 أصدرت السلطات القضائية الهندية قرارا بمنع سلمان رشدي من دخول الهند عقب نشره لروايته المثيرة للجدل "آيات شيطانية" التي اعتبرها المسلمون إهانة للدين الإسلامي. وقد احتوى أحد فصول الرواية على شخصية كانت اسمها ماهوند اعتبرها المسلمون محاولة من سلمان رشدي للإساءة إلى شخص رسول الإسلام وزوجاته، حيث ورد ذكر دار للدعارة في مدينة الجاهلية والتي يقصد سلمان رشدي بها مدينة مكة، وكان في دار الدعارة هذه 12 امرأة وكانت أَسماؤهن مطابقة لأسماء زوجات الرسول محمد. وفي الكتاب أيضا وصف تفصيلي للعمليات الجنسية الذي قام بها ماهوند[2].

على الرغم من وجود بنود في دساتير بعض الدول العربية تضمن حرية الرأي والتعبير إلا أنها لم تخرج عن إطارها الشكلي إلى حيز التطبيق، حيث الانتهاكات كثيرة لحرية التعبير في كثير من الدول العربية التي يمنع في معظمها إن لم يكن في جميعها انتقاد الحاكم أو السلطة الحاكمة أو الدين، وقد يتعرض الكاتب أو الصحفي للسجن والتعذيب.

2 ـ See:Louise Williams, Roland Y, Rich, Losing Control: Freedom of the Press in Asia, Australian National University, Asia Pacific School of Economics and Management, Asia Pacific Press 2000.



كتاب سلمان رشدي «الآيات الشيطانية»

Salman Rushdi-Les versets sataniques

286 ـ حشد* Mass - Masse

تجمع من الناس، أوسع من الجماعة، محدود في الزمان و المكان و مؤقت و نادر، ويعاد تكوينه بنفس الشكل، وقد يكون أعضاؤه محددي الهوية أو يتقاسمون نفس الاهتمامات، ولكن لا توجد بينهم بنية و لا تنظيم اجتماعي أو معنوي يربط بينهم. أعضاؤه متساوون ومدركون أن تجمعهم مؤقت أملاه الحدث العارض، ويمكن أن يحقق هدفا ما ولكن عمله يتصف غالبا بالعاطفة والانفعال وأحيانا بالعفوية.

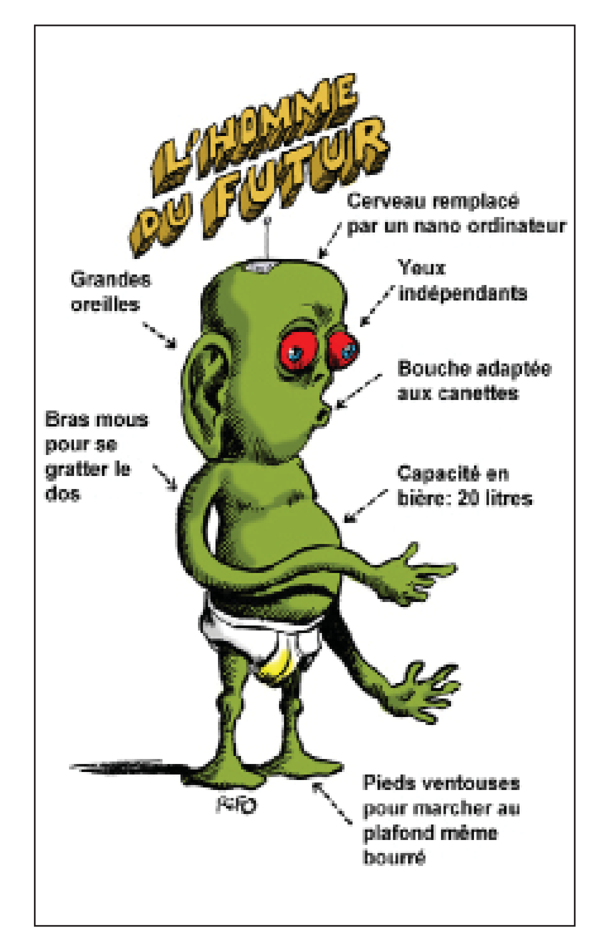
287 ـ حق* Right - Droit

ثبوت قيمة معينة لشخص ما، بمقتضى القوانين. ويمكن لهذا الشخص أن يمارس بموجبه صلاحيات محددة تكفلها هذه القوانين، بغية تحقيق مصلحة جديرة بالرعاية.

288ـ حق في الاتصال* Right of communication - Droit de communication

حق الأفراد والجماعات والشعوب في الحصول على المعلومات الصحيحة من مصادرها أو من خلال وسائط تتمتع بالمصداقية، واستعمالها ونقلها إلى الآخرين بمختلف الوسائل، واعتمادها لتعزيز المشاركة في توجيه الرأي العام وصناعة القرار وتحقيق التنمية.

في الواقع إن مهنة الصحافة ترتكز حاليا، أكثر من أي وقت مضى على ضرورة أن الإعلام أضحى حقا من حقوق الإنسان . إلا أن هذا الحق لا يمكن أن يتمتع به الناس ويغير سلوكياتهم وعلاقاتهم الثقافية والاجتماعية والسياسية إلا عن طريق التربية.



علم الاتصال ـ إنسان المستقبل

Communocologie-L'homme du futur

¤ نصت المادة **19** من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان على حق كل إنسان باعتناق الآراء التي يريد، مع إخضاع هذا الحق لبعض القيود، وذلك لحماية الأمن القومي أو النظام العام أو الصحة العامة أو الآداب العامة، فالحرية المطلوبة هي حرية للجميع في إطار صيانة كرامة الجميع .

أما الحق في الاتصال فقد تم الإعلان عنه لأول مرة سنة 1969 عندما فجر نقاشا واسعا استمر سنوات طويلة من أجل تحديد مفهومه و مضمونه. و كانت منظمة اليونسكو في مقدمة الفضاءات التي أشرفت على إدارة الحوار بين الخبراء و ممثلي الحكومات في هذا الصدد. لا سيما و أن منظمة اليونيسكو راهنت كثيرا على الإعلام في النهوض بالواقع الثقافي و الاقتصادي للشعوب. وقد عرفت مفهوم الحق في الاتصال بأنه حق الفرد في ان يعلم و يعلم، و حقه في حماية خصوصيته و الانتفاع بموارد المعلومات، و هي حقوق تتمتع بها أيضا المؤسسات الإعلامية التي من حقها النشر و حرية الحركة و كتمان أسرار المهنة. ويتسع هذا المفهوم ليشمل النطاق الدولي، إذ يتضمن حق الدول في ضمان التدفق الحر والمتوازن للمعلومات، وفي حماية ذاتيتها الثقافية، وفي الرد و التصريح[1].

و قد ساهمت الدول العربية في الجدال حول مفهوم حق الاتصال، وكانت هذه المشاركة العربية نشيطة في الدفاع عن توزيع عادل للمعلومات على الصعيد الدولي، إلا أنه لم يصاحبها ارتقاء كيفي للأداء الإعلامي العربي، و لا الحرص على تمكين الإعلام من الحرية المطلوبة التي هي ضرورية لتمكينه من القيام بدوره الإخباري و التنموي.ورغم أن بعض الصحافيين العرب لعبوا دورا طلائعيا، إلا أن الصحافة العربية في هذا المجال لا تزال محدودة جدا مقارنة بزملائها في البلدان الغربية، لا سيما إذا علمنا أن علاقة الإعلام العربي بالحقوق الإنسانية، ثقافة و حركة و سيرورة، علاقة مزدوجة، لأنه بقدر ما يساهم الإعلام أحيانا في ثقافة حقوق الإنسان و التعريف بشاطات المدافعين عنها، فإنه يمكن أن يتحول إلى أداة في وضع المزيد من العراقيل و إثارة الصراعات.

من هنا لا بد من الإشارة الى أن تفعيل دور الإعلام العربي في التعريف بثوابت المنظومة الحقوقية وتكريسها والانخراط في نشر ودعم ثقافتها و حركتها، باتت حاجة ملحة في زمن التغيرات الاجتماعية هذا، لأن للصحافيين و الإعلاميين دورا استراتيجيا في هذا المجال الذي يعتبر ميدانا من ميادين المعركة الحضارية.

---

1 ـ حقوق الإنسان: مجموعة صكوك دولية، المجلد الأول، الأمم المتحدة، نيويورك، 1993، رقم المبيعA.94.XIV-Vol.1, Part 1، ص 1.



حملة إعلانية متنقلة

Campagne de publicité mobile

289 ـ حملة إعلانية* - Advertising campaign

Campagne publicitaire

مجموعة من الإعلانات المختلفة المتسلسلة التي يجمعها هدف واحد وتستهدف جمهوراً محدداً، وتقوم على امتداد فترة زمنية قد تطول أو تقصر على حسب هدف الجهة المعلنة من هذه الحملة، وغالباً ما تستخدم التكرار والخطاب الإعلاني المكثف لتحقيق الهدف من هذه الحملة، والذي قد يكون طرح منتج جديد، أو تعزيز صورة أو مبيعات منتج قديم، أو العمل على تغيير أو تدعيم صورة الشركة أو المؤسسة أوالمنتج في أذهان الجمهور المستهدف من قبل إعلانها.

290 ـ حملة إعلامية* - Media campaign

Campagne médiatique

عملية إقناعية منظمة ومتناسقة تقوم بها عادة وسائل الإعلام الجماهيرية، وتتوجه إلى الرأي العام من أجل تحقيق أهداف محددة، ويمكن أن تقوم بها المؤسسات والمجموعات، والأفراد سعيا منهم إلى تحقيق مصالحهم الخاصة.

291 ـ حوار* Dialogue - Dialogue

نقاش يديره صحفي أو مجموعة من الصحفيين، بحيث توزع الكلمات فيه بالتساوي والتكافؤ بين الجميع، وغالبا ما يثار الحوار حول قضية معينة أو موضوع أو حدث يمكنه أن يكون مادة لنقاش يكون في شكل ردود عن أسئلة أو شرح والخوض في محاور رئيسية، على أن يبتعد هذا النقاش عن التعصب، بل يعتمد على تقديم الآراء والمواقف بالحجج والبراهين والمنطق.

292 ـ حوار المجموعة المركز

Entrevue du Focus group interview*-

Groupe de discussion

طريقة بحث تضم مجموعة مختارة من جمهور المستهلكين، من أجل فتح النقاش حول مضامين وسائل الإعلام أو الإعلانات، بإدارة محاور محترف، وتتم عملية تسجيل الردود والإجابات على أن تحلل هذه الردود فيما بعد وتستخلص منها النتائج.



293 ـ خبر* News - Information

وصف أو تقرير لحدث مهم بالنسبة للجمهور كما هو مهم بالنسبة للمخبر الصحفي نفسه، فقيمة الحدث بالنسبة للمخبر تتحدد بمدى قابلية هذا الحدث للنشر.

الخبر له صلة ما بحياة المتلقي ويمكن أن يؤثر عليه بشكل ما، وهو نقل صادق وصحيح عن حدث لم يعرف من قبل أو زاوية جديدة في حدث قديم.

ولا بد أن نفرق بين الخبر كنقل صادق وموضوعي للوقائع دون تدخل ذاتي، والحكم على الخبر وهو إصدار أحكام شخصية.



أخبار البي بي سي

BBC Breaking News

والصحفي نفسه هو أهم مصدر للصحيفة وقد يكون مندوبا أو مراسلاً محلياً أو مراسلاً خارجياً. ومن مصادر الخبر الأخرى وكالات الأنباء، المحلية والإقليمية والدولية، والمتخصصون، في العلوم والسياسة والاقتصاد والتربية والزراعة والتسليح وهم خبراء لديهم المعرفة العلمية والفنية في مجالاتهم، والشخصيات الرسمية كالوزرا ء وأمراء المناطق، ودوائر المال والاقتصاد، والجمهور العام في كل المواقع، ووسائل الإعلام الأخرى، ومراكز البحوث والجامعات وما يصدر عنها من وثائق..

وعناصر الخبر الأساسية هي التوقع Anticipation، أي نشر خبر يتحدث عما سيحدث في المستقبل مما يهم القراء، والصراع Conflict، والحالية Timeliness، والغرابة Oddity، والقرب Nearness، والشهرة Prominence، والأهمية Importance، وسياسة المؤسسة The policy، والحجم Size ويعني أن الخبر له صلة ويمكن ان يمس مصالح عدد كبير جداً من الناس مثل الأجور والأسعار أو حدث يذهب ضحيته مئات الأشخاص.

كما لا بد من مراعاة القيم والتقاليد والأخلاق التى تسود المجتمع وتشكل حياة أفراده في نشر الخبر، فلا يجب أن يتصادم اختيار الخبر مع هذه الثوابت، وايضا الفائدة Benefit بحيث ينتظر الناس ما يعود عليهم بالنفع ماديا أو معنويا وقد تكون الفائدة لشخص يهم القراء.

أما أنواع الخبر من حيث الشكل فهي، جغرافيا، الخبر الداخلي (داخل الدولة التي تصدر فيها الصحيفة)، والخبر الخارجي (خارج الدولة). وموضوعيا، هناك الخبر السياسي، والاقتصادي، والعسكري، والفني،

والرياضي. وزمنيا يتم التمييز بين الخبر الماضي، والمتوقع، وغير المتوقع، وبين خبر حدث في الماضي ولا يزال صالحا للنشر ويحتاج إلى متابعة، وخبر متوقع حدوثه من واقع أجندة الصحفي ويكون غالبا محدد الزمن والمكان والشخصيات، وليس فيه إمكانية السبق لأنه متاح للجميع.

وأشكال الخبر الصحفي هي الخبر البسيط الذي يصف واقعة واحدة ومحددة تقدم للقارئ وتكون واضحة لا تحتاج إلى تفسير أو تداخل مع وقائع أخرى، والخبر المركب الذي يشتمل على عدد من الوقائع تدور حول محور أو حادث معين وترتبط بموضوع واحد حتى لو اختلفت مصادرها، والقصة الأخبارية وهي توسيع للخبر المركب وتشتمل على تفاصيل اكبر وتصاغ في شكل قصصي.

294 ـ خداع * Tricking – Trucage (Mic Mac)

جميع النشاطات الفنية التي تتيح عن طريق وسائل معينة أن تجعل المشاهد أو المستمع يتوهم أن ما يشاهده حقيقة مرئية أو مسموعة.

295 ـ خدمة الرسائل متعددة الوسائط

Multimedia messaging service* – Service de messagerie multimédia

نظام يتيح نقل الصوت، والصور، والرسوم المتحركة في الرسائل النصية.

296 ـ خطاب* Speech - Discours

توجيه الكلام لشخص أو أشخاص أو جهة ما. والقصد إيصال علم أو خبر أو معنى محدد إلى مخاطب أو مخاطبين.



خداع

Tricking

297 ـ دار نشر* Publisher - Maison d'édition

مؤسسة أو شخص يقوم بإصدار وبيع وتوزيع الكتب أو المجلات أو الجرائد، أو يكون له دور في طبعها. وليس من الضروري أن يكون للناشر مطبعة أو مصنع للتجليد، وقد لا يقوم بعملية البيع والتوزيع، ويتحمل الناشر مسؤولية التمويل، إلى جانب تحمله لمخاطر النشر للمؤلفين.

298 ـ دافع* Motive - Motif

حالة داخلية جسمية أو نفسية تدفع الفرد نحو سلوك معين في ظروف معينة، وتوجهه نحو إشباع حاجة أو هدف محدد. أي أنها قوة محركة منشطة وموجهة في وقت واحد.

299 ـ دراسة مسحية للرأي العام* Opinion research - Etude de l'opinion

بحوث تهدف إلى محاولة الوقوف على آراء و مواقف واتجاهات الجمهور المستهدف في الدراسة حول قضية معينة أو موضوع محدد، إضافة إلى معرفة خصائص هذا الجمهور.

300 ـ دراسة مسحية للإتجاهات* Attitude survey - Enquête sur les attitudes

دراسة تحاول قياس الاتجاهات عن طريق استخدام وسيلة الاستقصاء لمعرفة اتجاهات الجماعة، والاتجاهات عبارة عن ميل ثابت للتصرف والإستجابة بطريقة معينة من الناس والمشاكل وقد تكون إيجابية أو سلبية.

301 ـ دراما* Drama - Drama

شكل من أشكال الفنون المكتوبة للعرض، تختلط فيها الفكاهة بالحزن، والشعر بالنثر، وهي تقدم أحداثاً واقعية عن الحياة، و لديها القدرة على إثارة الاهتمام وتحريك المشاعر.



دراما وثائقية

Docudrama

302 ـ دراما وثائقية -*Docudrama Docudrama

الدراما المستوحاة من الحياة الحقيقية وأحداثها، مثل إعادة تمثيل غرق التيتانيك، سواء كان هذا في الإذاعة، التلفزيون أو في الأفلام.

303 ـ دردشة الكترونية Chat*- chat

محادثة نصية على الانترنت بين عدة اشخاص موصولين على الانترنت في نفس

الوقــت. هــذا البريــد الآني يتطلــب برنامجــاً خاصــاً أو يتطلــب اللجــوء إلى مواقــع تقــدم هــذه الخدمــة. الكلمة الفرنسية مأخوذة من فعل to chat في اللغة الانجليزية بمعنى دردشة.

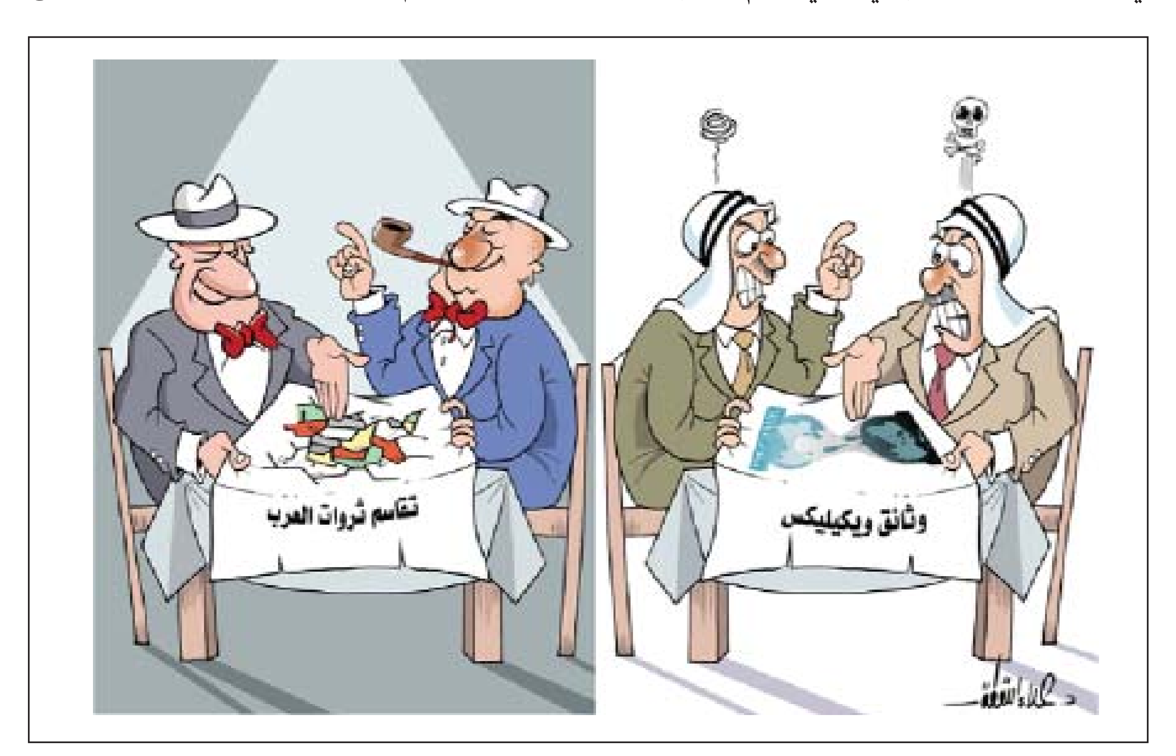
304 ـ دعاية* Propaganda - Propagande

أسلوب اتصالي يبنى على نقل الأفكار والمشاعر إلى الآخرين، بقصد إقناعهم من أجل تبني رأي، موقف، سلوك واتجاه معين. ويقوم هذا النمط على الإقناع.

هي إعلام ملتزم بفكر وشعور واتجاه، وله قصد في أن يسلك الآخر أو يفكر بطريقة معينة، وعمليات نشر معلومات باتجاه معين من جانب فرد أو جماعة، في محاولة منظمة للتأثير في الرأي العام وتغيير اتجاه الأفراد والجماعات، باستخدام وسائل الإعلام والاتصال بالجماهير.

ومن خصائص الدعاية أنها يمكن أن تشمل كافة مقومات النشاط التخاطبي ومكوناته، وهي تعرض معلوماتٍ وتنشر أفكاراً وآراءً معينة بعد إعدادها جيداً وتحريف مضمونها وشكلها بطريقة تخدم أهداف الدعاية.

وهي تعبير ذاتي يتجسد فيها شخصية الجهة القائمة بالدعاية ولا تعتمد الموضوعية في رسالتها. وتسعى الدعاية إلى تحقيق أهداف مدبرة ومحددة ومستهدفة ومحسوبة، تتمثل بالأساس في التأثير المتعمَد في المعلومات والآراء والاتجاهات والمعتقدات والسلوك، وتتسم بأنها فن التأثير والسيطرة والإلحاح



ويكليكس يسلط الضوء على سجلات الدعاية الأمريكية

Caricatures de la propagande anti - américaine

الذي يسعى إلى الترغيب في قبول وجهات نظر الجهة القائمة على الدعاية وآرائها وأفكارها ومعتقداتها.

وتخلق الدعاية حالة من التشتت الذهني والغموض الفكري تسمح بتسهيل الاقتناع بالفكرة المعروضة، وهو ما لم يمكن تحقيقه لو تُرِكَ الفرد يطوِر منطقه الذاتي تلقائياً دون ضغط معنوي أو توجيه فكري ناتج عن الدعاية.

ومن مبادئها أن تستخدم هجومية اعتدائية، وأن تحشد كل جهودها ضد الأفراد، وأن تكون مخفية مموهة حتى تنجح في تحقيق أهدافها، وأن تستند إلى المعلومات ذات القيمة وإلى المعرفة الدقيقة بمجريات الأمور، وأن تـتفق تماماً مع الاتجاهات السياسية والثقافية والعسكرية والاقتصادية والعاطفية للجمهور المستهدف. ومن أهم مقومات التنسيق التام المعرفة الدقيقة بلغة الخصوم أو المستهدفين، وحتى إجادة اللكنة التي يتحدثون بها، فضلاً عن اللغة، وهو ما نشاهده في قنوات مثل الحرة الأمريكية وروسيا اليوم والتلفزيون الإسرائيلي التي تتحدث بلغة عربية فصيحة ولكنة عربية متقنة.

والدعاية لا تدار بطريقة آلية، أي أن التوجيهات الأساسية تأتي من الجهة المركزية القائمة للدعاية، ولكن التفاصيل كالأسلوب والوسيلة تترك للمنفذين في ميدان المعركة الدعائية، وهي تستخدم كل التسهيلات الممكنة فتعتمد على مواطني الدولة التي تتوجه إليها[1].

1 ـ راجع: مي العبدالله، الدعاية واساليب الاقناع، مرجع سابق.



ملصق نازي لأدولف هتلر ـ الفهرر

Nazi Poster - Adolf Hitler- De Fehrer (1889-1945)

305 ـ دعاية اجتماعية* - Social propaganda Propagande sociale

الدعاية التي تسعى إلى أن تدمج في المجتمع أكبر عدد من أفراده وتوحد سلوكهم، بناء على نمط المجتمع، ولنشر أسلوب المجتمع في الحياة خارجيا، ومن ثم فرض نمط هذا المجتمع على جماعات أخرى.



دعاية تجارية

Trade propaganda

306 ـ دعاية تجارية* - Trade propaganda

Propagande commerciale

الإعلان الذي يسعى فيه الدعائي إلى ترويج سلعة أو خدمة معينة، وتكون مدفوعة الأجر، والمعلن عنها معروفاً، عبر وسيلة من وسائل الإعلان المعروفة.

307 ـ دعاية دينية* - Religious propaganda



الدعاية الأميركية خلال الحرب العالمية الأولى

American propaganda during World war I

Propagande religieuse

الدعاية التي تهدف إلى تحويل الناس من معتقداتهم الدينية إلى معتقد آخر، ففي الدين الإسلامي تعرف بالدعوة و في المسيحية تعرف بالتبشير.

308 ـ دعاية سياسية* - Political propaganda

Propagande politique

تضم الأساليب التي تستخدمها جهة سياسية كالحكومة، أو الحزب أو الإدارة، أو نقابة أو جماعة ضغط بهدف التأثير لتغيير سلوك الجمهور وموقفه السياسي.

وقد تكون الدعاية السياسية استراتيجية حيث تضع الخطوط العامة وأنساق الجدال وترتيب الحملات الدعائية، أو تكون تكتيكية للحصول على نتائج فورية مثل المنشورات أثناء الحرب، واستخدام مكبرات الصوت للحصول على استسلام فوري للعدو.

309 ـ دعاية عامودية* Vertical propaganda

-Propagande verticale

يقوم بها قائد أو فني، أو سياسي أو رئيس ديني، بحكم سلطته وموقعه القيادي المتفوق فيها، ويسعى إلى التأثير في الجمهور الذي يتبعه، فهذه الدعاية تأتي من الأعلى إلى الأسفل، وتستعمل وسائل الاتصال الجماهيري التي تغلف الجمهور في حين يبقى ممارسوها خارج الغلاف.

310 ـ دعاية أفقية* - Horizontal propaganda

Propagande horizontale

تسمى أفقية لأنها تتم داخل الجماعة وليس

فوقها، ومن حيث المبدأ ليس هناك من قائد، وتسعى إلى تشكيل وعي متماسك فيتم تقديم مضمونها بطريقة ثنائية وتخاطب الأذكياء، فيتم ولاء الفرد عن وعي لأنه يعي الدعاية ويلاحظها، لكنها في نفس الوقت غير اختيارية، فالفرد يقع في شرك جدلي وفي يد مجموعة تقوده إلى هذا الولاء، ويكون ولاؤه فكريا لأنه يستطيع أن يعبر عن اقتناعه بوضوح ومنطقية.

الدعاية الامريكية خلال الحرب العالمية الثانية

American propaganda during World War II

311 ـ دعاية تحريضية* – Inciting propaganda Propagande incitatrice

الدعاية التي يقودها حزب يسعى إلى قلب الحكومة أو تأسيس نظام جديد، وهي تسعى إلى تمرد أو حرب. وكذلك تكون دعاية حكومية تسعى إلى تحريض الجماهير لتقبل تغييرات جذرية تتبناها الحكومة، وقد تكون الدعاية تحريضية موظفة من طرف الحكومة من أجل حفز الطاقات وتحريك الأمة في حالة الحرب.

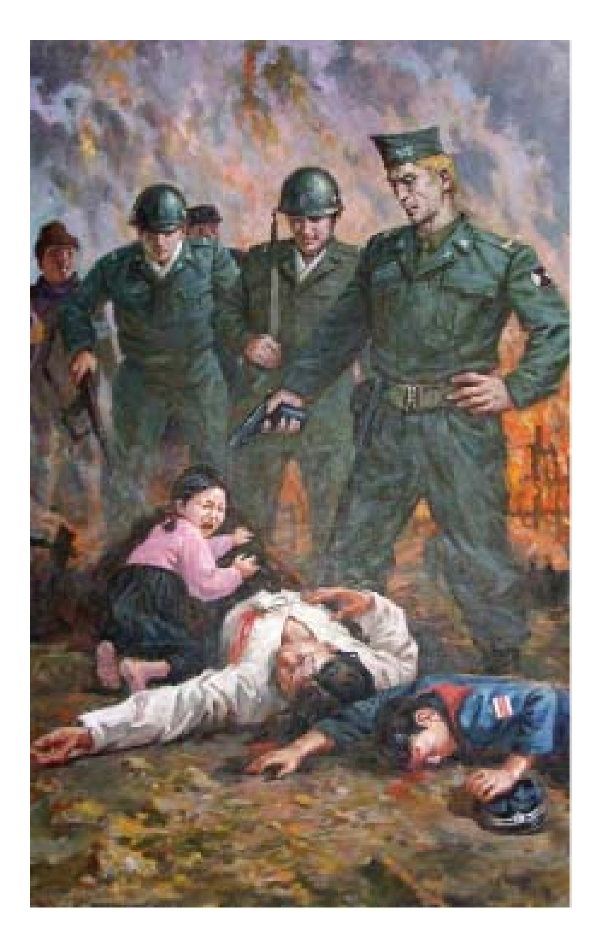
312 ـ دعاية اندماجية* Integrationist propaganda - Propagande intégrationniste

تعمل على توازن المجتمع وتوحيده وتعزيزه، ولذا فهي أداة مفضلة عند الحكومات،



مظاهرات اليهود المتطرفين في إسرائيل

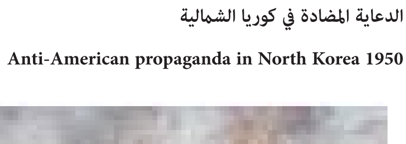
Manifestations des juifis en Israel 2009



وخصوصاً في الدول الناشئة التي تستلم فيها الحكم حديثا، وتنجح أكثر كلما كان مناخها أكثر ملاءمة، وتقوم بتوفير معلومات أكثر لجمهورها، فهي تسعى إلى قولبة شاملة للفرد في العمق، حيث تعمد الى استخدام التحليلات النفسية ووسائل الاتصال الجماهيري.

313 ـ دعاية تسويقية* - Marketing propaganda
Propagande de marketing

تدخل ضمنها الدعاية التجارية الإعلان بهدف تسويق السلع، وتدخل فيها أيضا أنشطة العلاقات العامة بهدف التسويق للمؤسسات وصورتها للجمهور.



الدعاية المضادة في كوريا الشمالية

Anti-American propaganda in North Korea 1950



314 ـ دعاية مباشرة* - Direct propaganda

Propagande directe

تستهدف تغيير الآراء والاتجاهات، ويجب أن تكون مسبوقة بدعاية ذات طبيعة اجتماعية تبحث عن خلق مناخ تمهيدي لاتجاهات محددة. ويقوم الدعائي بنفسه بإظهار آرائه وقناعاته ويطلب من المعترضين للدعاية أن يستجيبوا له.

هي تعرف ايضا بالدعاية المكشوفة أو الدعاية البيضاء.

315 ـ دعاية غير مباشرة* Indirect propaganda

- Propagande indirecte

يمكنها أن تكون فعالة دون دعاية سابقة، وهي تتم بدون وجود اعتداء مباشر أو ملاحظ، بل تخلق إبهاما وتقلل التعصب، وتنشر الصور بدون قصد.

هي ما بين الدعاية الرمادية والسوداء لأنها تميل إلى إخفاء أهدافها وهويتها وأهميتها ومصدرها.

316 ـ دعاية بيضاء* - White propaganda

Propagande blanche

الدعاية التي تكون مكشوفة وواضحة وذات نشاط علمي، وتحاول الوصول إلى هدف واضح معلن ومن طرف جهة معروفة.

317 ـ دعاية رمادية* - Gray propaganda

Propagande grise

الدعاية التي لا يهمها معرفة جمهورها لمصدرها، لكن تخفي في نفس الوقت الهدف الرئيسي أو مجموعة الأهداف التي تسعى إليها، فقد تخاطب ظاهريا العواطف لكن تخفي في طياتها هدفاً آخر مستتراً.

318 ـ دعاية سوداء* - Black propaganda

Propagande noire

الدعاية التي تكون من الخارج، ونشاطها سري ولا يعرف مصدرها ولا تعلن عن أهدافها الحقيقية، لكنها تنمو وتتطور معلوماتها بطريقة سرية إلى أن تحدث التأثير المطلوب منها.

319 ـ دليل *Guide – Guide

أداة البحث في الوثائق، يهدف إلى توجيه القراء للتعرف على مكان هذه الوثائق في الأرشيف. وقد يكون الدليل عبارة عن كتاب يقدم معلومات مبوبة، مثل دليل الهاتف.

320 ـ دورية*Periodical – Périodique

منشورة صحفية منتظمة ومتتابعة الصدور تحت نفس العنوان، ويمكن التمييز بين العديد من أنواع الدوريات سواء وفق فترة صدورها من يومية إلى سنوية، أو بحسب خصوصية محتوياتها والجماهير التي تتوجه إليها.

321 ـ ديمقراطية إلكترونية –

Electronic democracy*-

Démocratie électronique

استخدام شبكة الأنترنت لنشر المعلومات والأخبار بكل حرية، حول القضايا السياسية والاجتماعية، وذات الطبيعة الإيديولوجية.

322 ـ ديناميكية الجماعة - Group dynamics*

Dynamique du groupe

دراسة طبيعة الجماعة والوصول إلى القوانين التي يخضع لها نمو الجماعة، وعلاقة الجماعة بالأفراد وبالجماعات الأخرى.





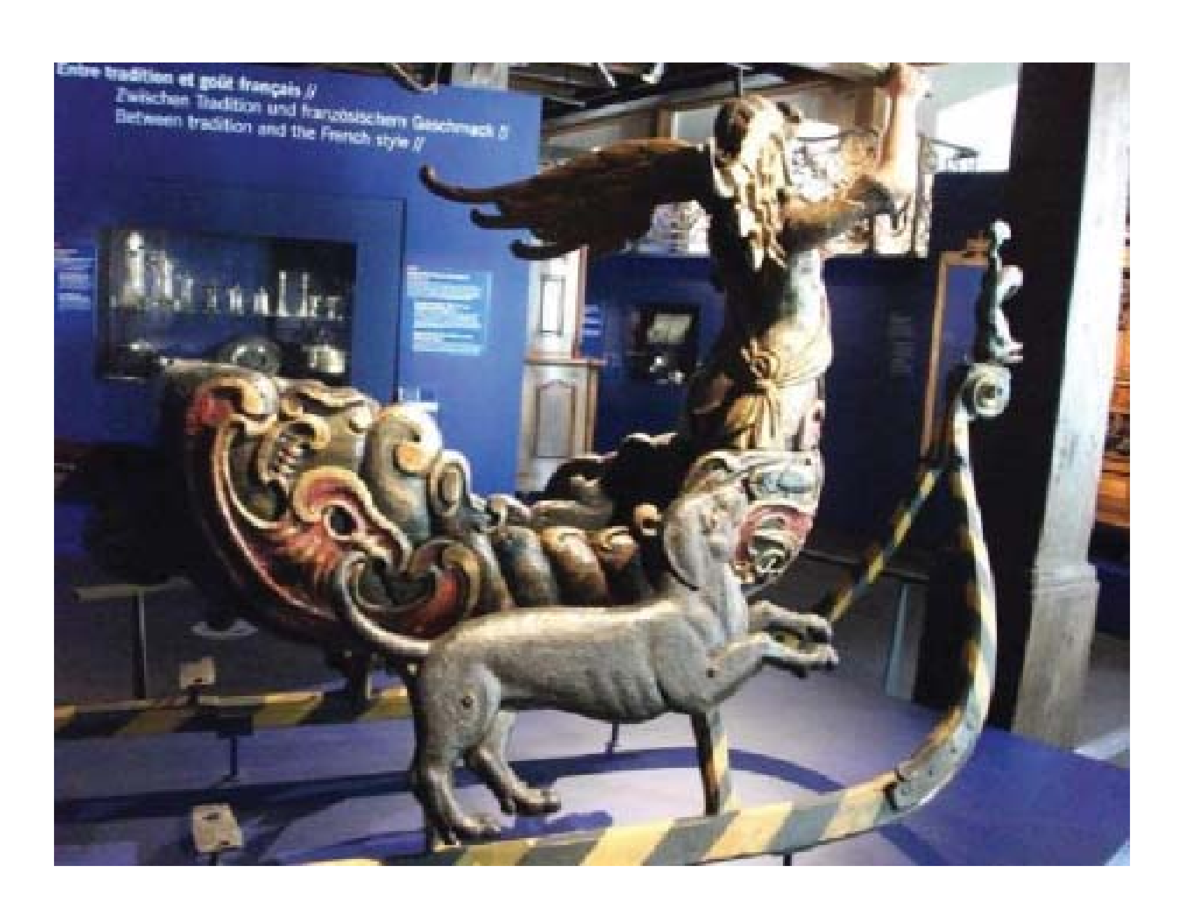
الدعاية الأميركية في الحرب العالمية الاولى

American propaganda in Word War I

✵✵✵

323 ـ ذاتي الادارة* Auto administrated- Auto-administré

أن يتم العمل من الداخل بدون تدخل سلطة أو طرف خارجي. فمثلا، يقصد بالاستمارة ذاتية الادارة تلك التي في إطار بحث استبياني تملأ من طرف الشخص المستجوب في غياب المحققين.



متحف الفن الحديث والمعاصر في ستراسبورغ في فرنسا

Musée d'art moderne et contemporain- Strasbourg- France



324 ـ راديو رقمي - *Radio Digital radio - digitale

الراديو الذي يبث بالتقنية الرقمية، مما يوفر خيارات أوسع من القنوات، ودرجة عالية من نوعية الصوت أحسن من مختلف الأنظمة الأخرى غير الرقمية.

325 ـ راديو الأنترنت - radio - Radio Internet d'Internet *

الراديو الذي يبث على الهواء من خلال شبكة الانترنت، أو أي راديو يقوم بإنشاء برامجه الخاصة على هذه الشبكة.

326 ـ راديو الويب -*Radio du Web radio web

البرامج الإذاعية التي تصل إلى البيوت، التي تمتلك أجهزة استقبال خاصة عن طريق شبكة الويب، تمكنها من استقبال ومتابعة هذه البرامج.

327 ـ رأي* Opinion - Opinion

وجهة نظر أو تقييم أو حكم يكونه الشخص عن قضية معينة أو موضوع ما. ويمكن أن يكون شكلا من أشكال الاعتقاد الذي تكون فيه أسباب الإيجاب أقوى من أسباب النفي.

328 ـ رأي عام* Public opinion- Opinion publique

تعبير الجماعة أو المجتمع أو الجمهور العام عن رأيه ومشاعره وأفكاره ومعتقداته واتجاهاته في وقت معين بالنسبة لموضوع يخصه أو قضية تهمه أو مشكلة تؤرقه.

وهو القوة الحقيقية في المجتمع والحكم الذي تصدره الجماهير على عمل أو حادثة أو نشاط في المجال الداخلي أو الخارجي المحلي أو العالمي، وكذلك التعبير عن وجهة نظر الجماعة وعن اجتماع كلمة الجماهير وصوت الجماهير وإرادة الشعب.

والرأي العام هو ما يتفق عليه افراد مجموعة معينة، كلهم أو غالبيتهم، من رأي أزاء مشكلة معينة أو موضوع معين من المواضيع الجدلية التي تحتمل وجهات نظر مختلفة، وبعبارة أخرى فهو ما يجول بفكر مجموعة معينة وما تشعر به نحو مسألة أو قضية معينة تؤثر عليهم ولهم فيها مصلحة. فالفرد الذي ليس لديه مصلحة في هذا الموضوع لن يتأثر به ولن يشارك او يسهم في الرأي العام حوله، حيث يدفعنا هذا الى القول ان الرأي العام هو تغير جمعي لآراء افراد متعددين يشكلون مجموعة موحدة من خلال أهدافهم وحاجاتهم وطموحاتهم وأفكارهم المشتركة.

والرأي يحدد أساسا بالمصلحة الشخصية بمعنى ان تكون الأحداث او الكلمات او اي مؤثرات على الرأي ذات علاقة واضحة او ارتباط بالمصلحة الشخصية.

وهناك ايضاً العوامل الوراثية والبيئية التي لها تأثير على آراء الأفراد وأتجاهاتهم، وبصفة خاصة ما يتعلق منها بالمعتقدات الدينية والقيم الأخلاقية وآداب المعاملة والسلوك وغيرها، حيث يبرز هنا دور البيئة التي ينشأ فيها

الفرد في اطار حياته المبكرة. فالاسرة هي خلية المجتمع الأولية التي لها تأثير كبير على نفسية الفرد وشخصيته وبالتالي على تكوين إطاره الفكري في مراحل حياته الأولى، وتشكيل رأيه واتجاهه واعتقاده.

كذلك ياتي دور المدرسة في تشكيل ثقافة الفرد وتكوين رأيه واتجاهه وتوجيه طريقه في الحياة وذلك من خلال المعارف والقدرات والمفاهيم وألوان العلوم والفنون التي يتلقاها الطالب من مدرسيه ومن الكتب المدرسية. وللجامعات ايضا والنقابات والأتحادات والجمعيات دورها في هذا الشأن، وكذلك للحكومات دورها في تكوين الرأي العام من خلال ما تصدره من سياسات وتشريعات.

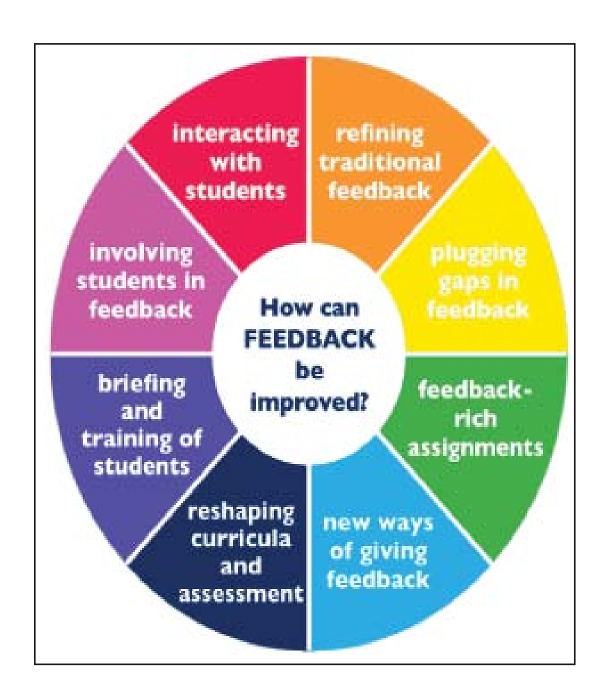
وهناك دور العوامل المكتسبة التي تتمثل في الخبرات التي يكتسبها الفرد باعتباره اجتماعيا بطبعه، من خلال تجاربه في الحياة ومن خلال قراءاته ومشاهداته وملاحظاته العديدة ومن خلال اتصالاته ومعاملاته مع الأخرين الذين يتأثر بهم حيث لها تأثير كبير في تكوين الآراء والإتجاهات.

وبصفة عامة يكون لقادة الرأي العام في المجتمع من السياسيين ورجال الدين والكتاب والأدباء والصحافة والأعلام والمصلحين الاجتماعيين وغيرهم دور في تكوين الرأي العام والتأثير فيه، باعتبارهم على دراية بمطالب افـراد المجتمع وآمالهم واحاسيسهم، كما أن لديهم معرفة وخبرة موثوقاً بها بالمسائل والقضايا التي تشغل الرأي العام بما يمكنه من تبني الأفكار الجديدة مبكراً.

كذلك يكون للاوضاع الاقتصادية والاجتماعة تاثير كبير على آراء الأفراد وأفكارهم واتجاهاتهم. فهنالك العديد من العوامل التي تعكس هذه الاوضاع الاقتصادية والاجتماعية مثل دخل الفرد ومستوى معيشته وثقافته، ونوع العمل والمهنة التي يزاولها والمنظمات والهيئات والجمعيات والنوادي التي ينتمي اليها وغير ذلك.

وللعمر والجنس ايضا تاثير في تحديد وتكوين الرأي العام، وكذلك تلعب التقاليد والعادات والقيم والآداب العامة والعقائد التي يتضمنها الاطار الثقافي دورها.

وأيضا يتكون الرأي العام لأفراد في مجموعة عندما يتوفر لهم قسط وافر من المعلومات والحقائق والمعارف تمكنهم من إبداء رأيهم بتعمق وبطريقة منطقية في المواضيع او القضايا المطروحة. هنا يبرز دور وسائل الاعلام والاتصال المتزايد في تكوين الرأي العام الذي أصبح عالميا مع تطور التقنيات وانتشار استخدام شبكة الانترنت.



كيف يمكن تفعيل رجع الصدى

How can feedback be improved

329 ـ رجع الصدى* Feedback - Rétrocation

التغذية المرتدة أو العكسية، وهو في الاعلام والاتصال رد فعل المتلقي على الرسالة.

هو الرسالة التي يرسلها المستقبل رداً على رسالة المرسل في صورة رد فعل لفظي أو حركي. وترجع درجة التفاعل والفاعلية بين المرسل والمستقبل نتيجة للتغذية العكسية في صورة الإتصال المباشر المواجهي، حيث يتلقى المرسل أو يلاحظ تأثير رسالته على المتلقي في شكل إدراك وفهم وإقتناع أو إهتمام، وبناء على رد الفعل هذا يمكن للمرسل أن يحدد مقدار نجاحه في التأثير على المستمعين أو المتلقين.

أما في حالة الإتصال الجماهيري حيث أعداد المتلقين كبيرة وأحياناً كثيرة غير مرئية، يكون رد الفعل مؤجلاً لفترة قصيرة أو طويلة ويحتاج التعرف عليه إلى تحليل وقياس كمي للتعرف على أثر الرسالة على الجمهور المتلقي.

330 ـ رسالة* Message - Message

شكل لغوي أي رمزي ينطوي على معنى.

هي محتوى فكري معرفي يشمل عناصر المعلومات باختلاف أشكالها سواء أكانت مطبوعة أو مسموعة أو مرئية. وعندما يتم تقصي مضمون الاتصال يتم الاعتماد على إجراء تحليل لمحتوى الرسالة.



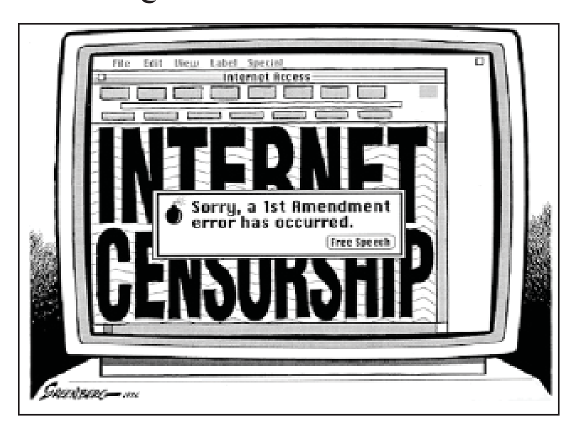
تصوّر رقابة الولايات المتحدة

Vision of American Censorship

331 ـ رقابة* Censorship - Censure

سياسة الحد من التعبير الحر عن الأفكار والآراء والدوافع والمثيرات والمواقف.

هذه السياسة ضرورية لحماية الحريات العامة والنظام الاجتماعي والأخلاقي، ولكنها قد تستعمل من قبل الحكومات لتقويض هذه الحريات والسيطرة على المجتمع.



رقابة ذاتية معاصرة

Self-Censorship on Internet

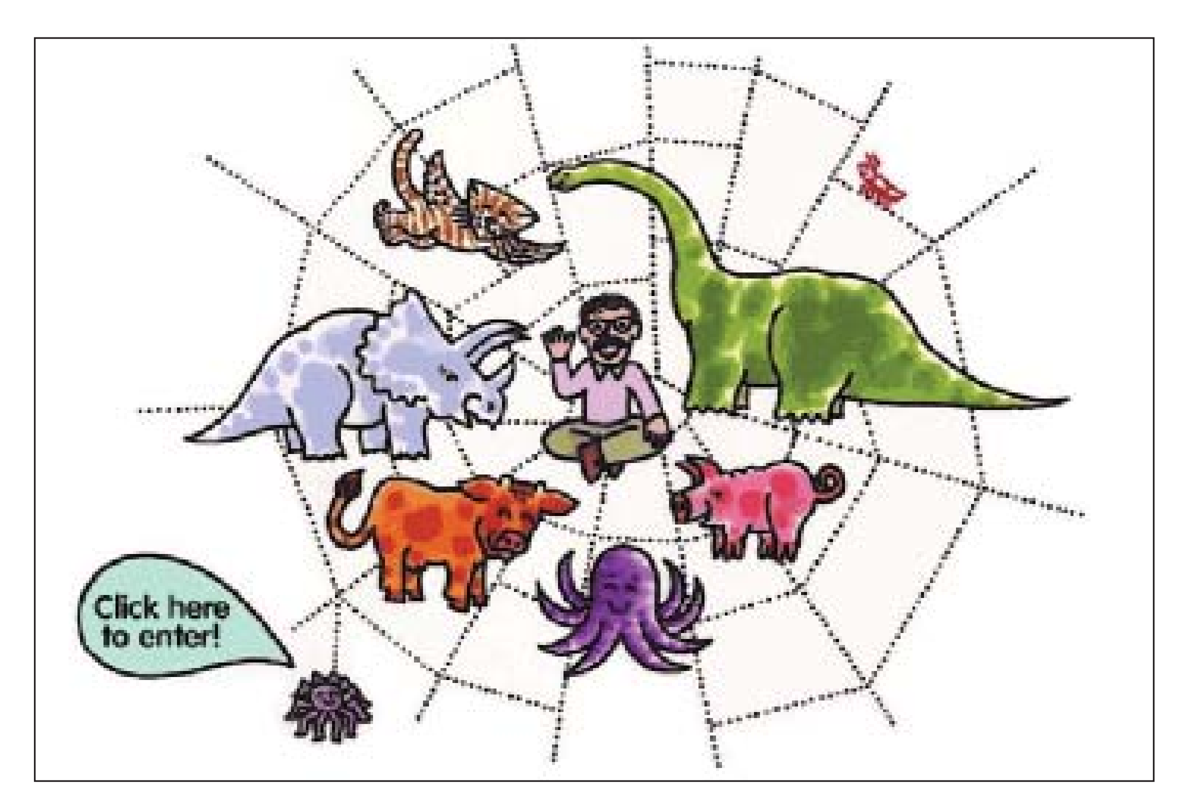
332 ـ رقابة ذاتية* Self-censorship - Auto-censure

اتجاه يسلكه الإعلاميون والكتاب عامة بوضع حدود لأنفسهم والإلتزام بممنوعات وضعها الآخرون أو القانون.

333 ـ رقمي * Digital- Numérique

الرقمنة هي ترميز معلومة على شكل أرقام عادة ما تتمثل في صيغة ثنائية (0 أو1).

¤ مع الانتشار الواسع للحواسيب الشخصية ثم ظهور شبكة الأنترنت في مستهل تسعينيات القرن الماضي عرفت الكتابة الالكترونية منعطفين. انطلقت المحاولات الأولى متزامنة، ومنذ حوالى نصف قرن، من فرنسا وألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية، ولكن الرقمية تمد الآن القطاع الأدبي بجميع وسائل التطور بما يجعل هذا النوع من النصوص يخرج من دائرة حفنة من المتخصصين والمجربين إلى الجمهور الواسع من الأدباء. من جهة أخرى، تخلص جميع الكتاب الفعليين والافتراضيين من المصافي التقليدية للنشر المتمثلة في هيئات التحرير ولجان القراءة في الصحف والمجلات ودور النشر، مما فتح الباب واسعا أمام الجميع، كتابا مكرسين ومبتدئين، أدباء ومتأدبين، لنشر إنتاجاتهم الأدبية في شبة الأنترنت.



رسم للشبكة العنكبوتية

The web

مع الرقمية، بات يكفي للمرء اليوم أن يمتلك جهاز حاسوب متصلاً بالشبكة ومساحة لوضع نصوصه على الخط، بل وحتى نصوص غيره، إن شاء، وأن يلم بالأبجدية الأولى لإنشاء صفحات ويب التي صار العديد من شركات الاستضافة المجانية يُعفي منها المستخدمين عبر المدونات أو الصفحات الجاهزة للاستعمال، فيصير مالكا لما يُعادل ليس مطبعة ورقية فحسب، بل وكذلك دار نشر قادرة على توزيع منتوجاتها في أرجاء الكوكب الأربعة، على مدار الساعة، وبدون مشكلة نفاد الطبعات[1].

كان طبيعيا أن يلتحق بهذه القارة الافتراضية الجديدة حشود ممن يعتبرون أنفسهم كتابا، ويغرقونها بما يعتبرونه شعرا أو سردا، سواء فرارا من مصافي النشر الورقي التي أقصتهم، أو مفضلين الحصول على الوضع الاعتباري لـ "كاتب" في عالم الرقم دون الورق. وحيث إن كل حقبة للتغييرات الكبرى تولد أشكالا جديدة للجهل والتهميش، كان طبيعيا أن يتخلف عن اللحاق بالقارة الافتراضية عدد كبير، بل الغالبية العظمى من الكتاب المكرسين في عالم النشر الورقي، فيهم من يتقلد مهام كبرى في هيئات للكتاب واتحادات لهم، بل ومن هؤلاء من يشن حربا شعواء على الشبكة العنكبوتية ذاتها.

والمسألة هنا لا تهم العالم العربي وحده، فقد خصها أمبرتو إيكو، في أحد حواراته، بإشارة لا تخلو من التشاؤم، حيث قال أن الاتجاه ماض نحو حضارة لكل فرد فيها نسقه الخاص لتصفية المعلومات، أي أن كل فرد يصنع موسوعته الخاصة. وقال من جهة أخرى أن هؤلاء الناس الذين ظلوا إلى الآن مقصيين من تذوق الإنتاج والكتابة قد استطاعوا أخيرا الدخول في اتصال مع هذا الشكل أو ذاك من أشكال التعبير.

ليس معنى هذا أن كل ما يُنشر في الشبكة ينجح في استقطاب حشود القراء. فللأنترنت مصافيه الضمنية التي تكشف عنها عدادات زوار المواقع ودرجة تفاعل القراء مع النصوص المنشورة. ولكن الجديد هو أن الإنتاج يكون عموما في متناول فئات عديدة من القراء لا تمر كلها بالضرورة من الجامعات، ومن ثم يحصل أن تحقق كتاباتهم وقد تكون في منتهى الابتذال، من وجهة نظر النقد الرصين، نجاحا منقطع النظير على نحو ما نجد في العديد من المنتديات التي تنشر فيها نصوص قصصية وروائية ليس لها من هذين الجنسين إلا الاسم.

ويبدو أن الشبكة قد أعادت الينا الآن مقولة "موت المؤلف" التي تنبأ بها ميشال فوكو منذ سنة 1967، إذ باتت الحدود بين القراءة والكتابة تتقلص إلى حد أتيح معه ابتكار مصطلحي «القرا- كتابة» والمؤلف – القارئ»، على التوالي: "l'écrilecture" و"l'aucteur"، ومفهوم "الكاتب الشبكي" le cyber- écrivain، على الكاتب الذي لا يزاول فعل الكتابة إطلاقا خارج الحاسوب

1 ـ See: R .Tocci, Digital Systems: Principles and Applications (10th Edition), Prentice Hall 2006.

والشبكة. والتجمع الوحيد لهذا النوع من الكتاب هو ما يوجد في موقع e-critures.org الذي تشكل قائمته البريدية فضاء لأكبر تجمع فرنسي من المبدعين والنقاد الرقميين، بيد أن الهم الأول لهذا الاحتشاد هو إبداعي نقدي أكثر منه مؤسساتي[1].

ملصق لمحاربة الإرهاب في 1423

A poster of fighting terrorism in 1492

334 ـ رهاب سيبراني

Cyberterrorism- Cyberterrorisme*

الإرهاب الذي يتخذ من شبكة الأنترنت وسيلة للتواصل بين المجموعات الإرهابية فيما بينها، وهذا من أجل الدخول إلى أنظمة الاتصالات المختلفة وتدميرها، أو النشر والإشهار للعمليات الإرهابية أو الدعوة إليها.

ويتألف مصطلح "الإرهاب الإلكتروني"Cyber terrorism من كلمتين، كلمة Cyber وتعني الفضاء أو الإبحار في فضاء الانترنت، والكلمة الأخرى Terrorism وتعني الإرهاب.

ينطلق تعريف الإرهاب الإلكتروني من تعريف الإرهاب، ولا يختلف الإرهاب الإلكتروني عن الإرهاب العام إلا في نوعية الأداة المستخدمة لتحقيق الغرض الإرهابي.

فالإرهاب الإلكتروني يعتمد على استغلال الإمكانيات العلمية والتقنية، واستخدام وسائل الاتصال والإنترنت، من أجل تخويف وترويع الآخرين، وإلحاق الضرر بهم، أو تهديدهم.

يتميز الإرهاب الإلكتروني في أنه لا يترك أي دليل مادي بعد ارتكاب جرائمه وهذا مما يصعب عملية التعقب واكتشاف الجريمة أساساً، الى جانب سهولة إتلاف الأدلة في حال العثور على أي دليل يمكنه إدانة الجاني.

إن مستخدمي هذا النوع من الإرهاب يمتازون بخلفيات وخبرات في استخدام الأجهزة والتقنيات الحديثة، بينما نجد من جهة أخرى نقصاً كبيراً في الخبرات لدى الجهات الأمنية المسؤولة عن كشف المخططات الإرهابية الرقمية.

والإرهاب الإلكتروني يحدث في بيئة هادئة لا تحتاج إلى القوة والعنف واستعمال الأسلحة وإنما ما يحتاجه هو جهاز حاسب آلي وبعض البرامج وشبكة إنترنت. وعادة ما تتم العمليات الإرهابية بالتعاون بين عدة أشخاص أو منظمات إرهابية.

1 ـ Idem



جوليان أسانج صاحب ال"ويكيليكس" يظهر الصفحة الأولى لجريدة "الجرديان" الانكليزية التي تنشر معلوماته (رويترز)

Le fondateur de 'Wikileaks', Julian Assange, montre la Une du quotidien anglais 'The Guardian' qui relaye ses informations (Reuters)

ومن الصعب تحديد أشكال الإرهاب، فطبيعة الإرهاب الإلكتروني تتطلب اللامحدودية في التصنيف نظراً لأنها تستخدم تكنولوجيا تتطور يوماً بعد آخر. هناك مثلا التهديد الإلكتروني الذي تعددت أساليبه عبر الإنترنت، من التهديد بالقتل لشخصيات سياسية إلى التهديد بتفجيرات في مراكز سياسية أو تجمعات رياضية، ثم التهديد بإطلاق فيروسات لإتلاف الأنظمة المعلوماتية في العالم.

والقصف الإلكتروني هو أسلوب آخر للهجوم على شبكة المعلومات عن طريق توجيه مئات الآلاف من الرسائل الإلكترونية إلى مواقع هذه الشبكات، مما يزيد الضغط على قدرتها على استقبال رسائل من المتعاملين معها والذي يؤدي إلى وقف عمل الشركة. وعادة ما تلجأ هذه المنظمات الإرهابية إلى تدمير البنى التحتية الخاصة بأنظمة المعلومات في العالم بأسره.

كما أن تدمير أنظمة المعلومات هو محاولة اختراق شبكة المعلومات الخاصة بالأفراد أو الشركات العالمية بهدف تخريب نقطة الاتصال أو النظام، عن طريق تخليق أنواع من الفيروسات الجديدة التي تسبب كثيراً من الضرر لأجهزة الكمبيوتر والمعلومات التي تم تخزينها على هذه الأجهزة.

والتجسس الإلكتروني التجسس هو التلصص وسرقة المعلومات من الأفراد أو المؤسسات أو الدول أو المنظمات، والتجسس على هذه المعلومات أياً كان نوعها يأخذ أبعاداً جديدة، فقد تعددت أهدافها من معلومات اقتصادية إلى معلومات سياسية وعسكرية وشخصية.

¤ ظهر الارتباط بين الإنترنت والإرهاب بشكل واضح بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر **2001**، وانتقلت المواجهة ضد الإرهاب والإرهابيين من المواجهة المادية المباشرة إلى المواجهة الإلكترونية وتحولت الحروب الواقعية إلى حروب رقمية، وأصبح الإنترنت من أشد الأسلحة فتكاً وهدماً إذا ما استُخدم لأغراض سيئة وتحقيق نوايا إرهابية، ويمكن تصنيف الإرهاب الإلكتروني كنوع من أنواع الجرائم الإلكترونية إذا ما اقتُرفت تحقيقاً لأغراض إرهابية سنوردها لاحقاً.

وعرفت الاتفاقية الدولية لمكافحة الإرهاب في جنيف عام 1937 الإرهاب بأنه: «الأفعال الإجرامية الموجهة ضد إحدى الدول, والتي يكون هدفها أو من شأنها إثارة الفزع أو الرعب لدى شخصيات معينة أو جماعات من

الناس أو لدى العامة[1]».

ومن أمثلة التهديد الإلكتروني "ما قام به شاب أمريكي يدعى "جاهابر جويل" البالغ 18 عاماً حيث هدد كلاً من مدير شركة "مايكروسوفت" والمدير التنفيذي لشركة M.P.Iبنسف شركتيهما إذا لم يتم دفع خمسة ملايين دولار، وقد قامت الشركة بتفتيش منزل المذكور بعد القبض عليه وعثروا في حاسبه الآلي على عدة ملفات رقمية تحتوي على معلومات عن تصنيع القنابل تم إنزالها عبر الإنترنت.

يونايتد ايرلاينز الرحلة 175 يضرب البرج الجنوبي للمركز السابق التجارة العالمية في 11 سبتمبر 2001.

United Airlines Flight 175 hits the South Tower of the former World Trade Center on September 11, 2001.

ومثال لمواقع تعرضت للقصف الإلكتروني هو "موقع شركة أمازون" لبيع الكتب على الإنترنت وأيضا شركة "سي إن إن " للأخبار على الإنترنت مما أدى إلى بطء تدفق المعلومات لمدة ساعتين. ففي أستراليا عام 2005 تمكنت المنظمات الإرهابية من تدمير شبكة الصرف الصحي في إحدى المدن مما نجم عنها أضرار صحية واقتصادية فادحة.

ومن أمثلة القرصنة المعلوماتية التي مارستها بعض الجهات الإرهابية للحصول على المعلومات العسكرية المخزنة في ذاكرة الحاسبات الآلية التابعة لوزارات الدفاع بالدول المستهدفة ما حدث في صيف 1994 عندما تمكنت إحدى هذه الجهات الإرهابية من سرقة معلومات عسكرية تتعلق بالسفن التي تستعملها الجيوش التابعة لدول أعضاء حلف شمال الأطلنطي من أنظمة الحاسبات الآلية الخاصة بسلاح البحرية الفرنسية. مما أثار حفيظة قيادة أركان الحلف وحمل السلطات العسكرية الفرنسية على تصميم برامج جديدة لحماية حاسباتها الآلية[2].

1 ـ Gérard Chaliand (dir.), Les stratégies du terrorisme, Desclée de Brouwer, Paris 2002, p. 10.

2 ـ See: -Richard A. Clarke, and Knake, K. Robert , Cyber War, Harper Collins Publishers, New York 2010.
- Andrew M . Colarik, Cyber terrorisme: implications politiques et économiques, Idea Group, États-Unis 2006.

335 ـ زعامة* Leadership - Commandement

الوضع الذي يتصف به شخص أو أكثر يقودون آخرين هم الاتباع، وتتوقف الزعامة على قبول الاتباع بوحي إرادتهم الحرة لدور الزعماء.

336 ـ زيارة الكترونية Electronic Visit- Visite électronique

مؤشر لقياس الحضور على الشبكة يعادل التصفح المتواصل لصفحة أو للعديد من الصفحات في نفس الموقع الشبكي لنفس الحاسوب خلال فترة زمنية محددة.

البقاء لفترة 30 دقيقة دون تصفح صفحات جديدة تعادل نهاية الزيارة، ويقاس في ذلك العدد المتوسط للصفحات المتصفحة خلال زيارة واحدة، متوسط زمن الزيارة الواحدة وكذا عدد الزيارات لكل حاسوب مشبوك.



الخطاب الأول للرئيس أوباما

Le premier discours public du président américain Barack Obama 18-01-2009

س

337 ـ سخرية* Derision- Dérision

مبدأ هام من مبادئ الدعاية، يقلل من حجم الشعور بالرهبة من العدو ويساعد في مواجهته على صعد مختلفة.

من أهم أسباب الهزيمة هو الشعور النفسي بعظمة العدو، لذلك يلجأ القائم على الدعاية الممارس لسياسة التضليل الإعلامي إلى السخرية من العدو.

338 ـ سلوك* Behavior- Comportement

أي نشاط يصدر من الإنسان سواء كان أفعالاً يمكن ملاحظتها وقياسها، كالنشاطات الفيسيولوجية والحركية، أو نشاطات تتم على نحو غير ملحوظ كالتفكير والتذكير والتخيل وغير ذلك.

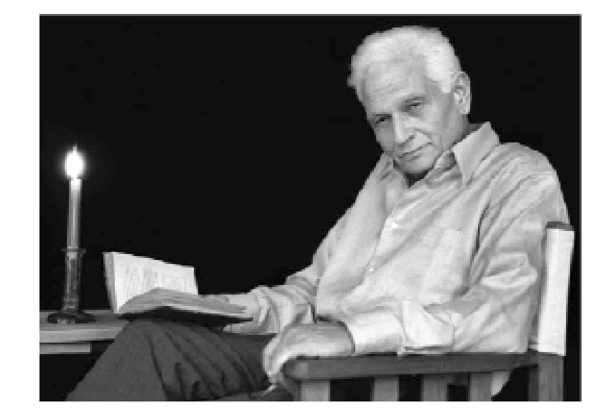
339 ـ سلوك جماهيري* - Mass behavior Comportement de masse

أحد أشكال السلوك الجماعي، ويقوم على أساس الاتصال غير الشخصي وغير المباشر بين أفراد عدد كبير من السكان غير المتجانسين وغير المرتبطين بتقاليد معينة.

340 ـ سبرنتيقية ـ* Cybernétique Cybernetics

كلمة مأخوذة من اللغة اليونانية وتعني القيادة والتحكم وهي دراسة التنظيمات التي تحكم النظم الفيزيائية والبيولوجية.

¤ ظهر المصطلح سنة **1948** مع نوربرت فينر، وعنى به العلم الذي يدرس الاتصال لدى الكائنات الحية، مثل أجهزة الكمبيوتر والمنظمات. هذا العلم رأى أن أنظمة التحكم في المعلومات العملية آلات بطرق مشابهة لطريقة الجهاز العصبي، على أساس طبيعة المحفزات التي تحكم ردود الفعل.



جاك دريدا

Jacques Derrida 2001

341 ـ سيكولوجية الاتصال*

Psychology of communication – Psychologie de la communication

مجموعة العوامل والقوى التي تجعل الفرد والجماعة يحرصون على المشاركة في العملية الاتصالية، ليس لأغراض آنية أو سطحية أو مرحلية، بل لتحقيق رغبة موجودة

عند الفرد أو الجماعة وهذا ما يطلق عليه بالدوافع.

342 ـ سيكولوجية الاتصال الجماهيري* Psychology of mass communication– Psychologie de la communication de masse

تتبع الأبعاد المتعلقة بإسقاطات الأنا، الزمان، المكان، معطيات الحدث، مضامين الرسالة على المتلقي، وانعكاسات ذلك سيكولوجيا، في أطر تفاعل الأفراد من ذوي الثقافات المختلفة مع مضامين الرسائل الإعلامية، ومساحات الإسقاط النفسي في أطرها.

343 ـ سيكولوجية الفيلم* - Film psychology



"اللقطة الأخيرة من فيلم "اضواء المدينة
واحدة من أشهر اللقطات في تاريخ السينما

Final shot in "City Lights" one of the most famous in cinema history. 1931

Psychologie du film

العلم الذي يبحث في مجموع المشاكل المتعلقة بالفيلم من وجهة نظر سيكولوجية المتفرج، ومن الموضوعات التي يتولى دراستها إدراك الصور السينماتوغرافية، وعرضها، والمغزى الاجتماعي والثقافي للفيلم، وقيمته التربوية.

344 ـ سياسات الإعلام* - Media policies Politiques des médias

مجموعه المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم ومواءمة نظم وأشكال الاتصال المختلفة، وعلى الأخص منها وسائل الاتصال الجماهيري من اجل تحقيق افضل النتائج الاجتماعية الممكنة في إطار النموذج السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي تأخذ به الدول.



شابلن وفرجينيا شريل في فيلم "أضواء المدينة"

Chaplin and Virginia Cherrill in "City Lights film" 1931

345 ـ سيناريو* Scenario - Scénario

النص المكتوب والكامل، الذي يتضمن التحركات السينمائية، والحوار، وتسلسل القصة، ويستخدم عادة في الأفلام والمسرح. وهذه الكلمة تستخدم أحيانا من طرف الإعلاميين للدلالة على مناحي وأشكال قد تأخذها مجريات الأحداث، والتي يتم حبكها من أي طرف كان حكومة أو معارضة أو دولة أجنبية.

346 ـ سينما* Cinema - Cinéma

إحدى وسائل الاتصال الجماهيرية تقوم على أساس عرض شريط من الصور السمعية البصرية التي تحاكي الواقع وتستخدمه لأغراض تعليمية و تثقيفية ودعائية وترفيهية.

والسينما فن وعلم وصناعة وسلعة في آن واحد، وهي عملية تحويل الصور إلى مقاطع ومناظر ومشاهد ثم ترتب و تنسق وتجمع بواسطة المونتاج لتكون قطعة أو عملاً فنياً.

يعتبر التصوير السنمائي وتوابعه من إخراج وتمثيل واحد من أكثر انواع الفن شعبية. ويسميه البعض الفن السابع. وهناك أنواع من التصوير السينمائي، فمنها ما هو أقرب للمسرح، ويشمل أفلام الأكشن والدراما وغيرها من الأفلام التي تصور أحداثاً خيالية، أو تعيد أحداثاً وقعت بالفعل في الماضي، تعيدها عن طريق التقليد بأشخاص مختلفين وظروف مصطنعة .

وهناك التصوير السينمائي الوثائقي، الذي يحاول إيصال حقائق ووقائع تحدث بالفعل بشكل يهدف إلى جذب المشاهد ، او إيصال فكرة أو معلومة بشكل واضح وسلس أو مثير للإعجاب.

¤ كلمة سينما مشتقة من الكلمة الإغريقية **"kinima"**التي تعني الحركة والتصوير المتحرك الذي يعرض للجمهور إما في أبنية فيها شاشات كبيرة تسمى دور السينما، أو على شاشات أصغر كشاشات التلفزيون .

ولادة السينما بدأت عندما تم اختراع التصوير الفوتوغرافي عام 1839. وهو العام الذي اخترع فيه لويس داجير الفرنسي عملية لإظهار صورة فوتوغرافية على لوح مغطى بمادة كيميائية.

ومن ثم اتخذت خطوة اخرى نحو التصوير السينمائي عندما اخترع ايتين جيل ماري في عام 1882 الدفع الفوتوغرافي لتصوير الطيور. وقد صنع ماري مدفعه على اساس نظرية السدس، وبدلاً من وضع الرصاص وضع الواحاً فوتوغرافية وذلك لتسجيل الصور عندما ينطلق الزناد. وقد نسبه لتوماس اديسون اختراع السينما ولكن الأقرب إلى الدقة هو ان اديسون قد قام بتنسيق افكار غيره من المخترعين، فتوصل في معمله إلى عملية تركيب كل من آلة التصوير وآلة

العرض السينمائي، واستمر في عملية تحسين اختراعه.

اما في فرنسا فقد كان الأخوان لوميير، وهما من صناع المعدات الفتوغرافية يقومان بعدة تجارب على الصور المتحركة، وقد بدأ بالكنتوسكوب الذي عرض في فرنسا لاول مرة عام 1894 أي بعد أشهر قليلة من عرضه في الولايات المتحدة الأمريكية، وهو عبارة عن آلة عرض، الا انه تبين لهما ان الحركة المستمرة في الكنتوسكوب تجعله لا يصلح ليكون آلة عرض. ولذلك صنعا جهاز التوقف ثم الانطلاق، كما صنعا كاميرا كانت تختلف عن كنتوجراف اديسون «آلة تصوير» في عدد الصور أو الكادرات التي كانت تسجلها بالثانية. ومع ان الأخوين لوميير كانا قليلي الايمان بما قد يكون للصور المتحركة من ربح تجاري، الا انهما قررا ان يفتحا مؤسسة لعرض الافلام في باريس، وكان المشروع بادارة والدهما انطوان لوميير الذي كان قد تخلى عن ادارة مصنع ليون، حيث استأجر غرفة في بدروم جران كافيه وفيها بدأ العرض في28 كانون أول عام 1895 ، وكان طول الفيلم 15 متراً، وضم العرض عشرة افلام كان من بينها فيلم «ساعة الغداء



فيلم "المهاجر": كامبل، شارلي، ادنا وهنري برغمان

"The Immigrant":Campbell, Charlie, Edna & Henry Bergman 1916 .

في مصنع لوميير» الذي كان يصور العمال وهم يغادرون المصنع في مدينة ليون، وفيلم «وصول قطار إلى المحطة» الذي كان يصور قاطرة آتية إلى المحطة، ويقال انها افزعت المتفرجين. وكان سعر الدخول فرنكاً واحداً، وكان ايراد يوم الافتتاح 35 فرنكاً. والسينما منذ ولادتها سارت باتجاهين مختلفين هما الواقعية والانطباعية حيث ان الأخوين لوميير ومن خلال افلامهما الصغيرة المتعلقة بالحياة اليومية كانا يسيران في الاتجاه الواقعي[1].

اما أول من سار في الاتجاه الانطباعي فهو «جورج ميليه» الفرنسي الأصل والذي ولد في باريس في عام 1861 هو ابن الرجل غني من اصحاب مصانع الاحذية. وكان ميليه رجل مسرح، لذا كان افتتانه عظيماً في تلك الامسية من كانون أول عام 1895 وهو يشاهد افلام الاخوين لوميير تعرض على شاشة في غرفة البدروم في «الجراند كافيه»، لذا قرر أن يدخل عالم السينما الجديدة من خلال تصويره لأفلام مشابهة لغيرها من افلام ذلك الوقت. أما أول فيلم أخرجه فهو Agame of Cards في ربيع عام 1896 في بيته في احدى ضواحي باريس، ثم اخرج ميليه بعد ذلك فيلم «السيدة المختفية» و«الحصن المسكون» وغيرها من الافلام التي تدور عن الالعاب السحرية. كما قام جورج ميليه باخراج فيلم «رحلة إلى القمر» حيث كان أول فيلم عن السفر بين الكواكب وكان مزيجاً من السرد القريب والتصوير بالحيل لذلك سمي جورج ميليه بمخرج الافلام الانطباعية التي تؤكد على الاحداث السحرية المتخيلة أو التفسيرات المشوهة عن العالم الحقيقي. كما يعتقد الكثيرون أن ميليه قام باختراع السيناريو[2].

1 ـ إتيين سوريو، تقابل الفنون، ترجمة بدر الدين القاسم، وزارة الثقافة، دمشق 1993، ص ص. 176-177.

2 ـ Voir: Daniel Banda et José Moure, Le cinéma : l'art d'une civilisation, 1920-1960, Flammarion, Champs, Paris 2011.

❋❋❋

347 ـ شائعة* Rumour - Rumeur

خبر قابل للتصديق يتم تداوله وتناقله من شخص إلى آخر بالكلمة المنطوقة، دون أن تكون هناك معايير أكيدة لصدقيته. وهي واحدة من أهم وسائل الدعاية والحرب النفسية.

348 ـ شاكلة *Profile - Profil

تسجيل لخصائص اهتمامات شخص أو مجموعة أشخاص، يسمح بإعداد بث محدد الأهداف للأحداث المبنية على الأخبار الوثائقية، أو تطوير خدمات مدفوعة.

349 ـ شبكة برامجية* – Network programs

Réseau de programmes

سلسلة من المواعيد المتعلقة بالبرامج والفقرات والمادة الإعلامية عموماً. هذه البرامج يمكن ان يعتمد فيها على عنصر الرجوع اللامتناهي الى هذه المواد.

350 ـ شبكة الويب العالمية

World Wide Web*

- Réseau international du web

نظام ملفات الكمبيوتر المرتبطة مع بعضها البعض، على شبكة الأنترنت. تم ابتكاره سنة 1989 من طرف برنرس لي وزملائه، في المجلس الأوروبي للأبحاث النووية، وهو مختبر الفيزياء النووية قرب جنيف بسويسرا، ويوفر مجموعة هائلة من الوثائق التي ترتبط به.

351 ـ شخصنة المعلومة

Information personailization-*

Personnalisation de l'information

توفير المعلومات إلى المستخدم بحيث تتوافق مع تفضيلاته وتلبي احتياجاته.

ولأن هذا المجال في تطور مستمر، لا يمكن لنظم المعلومات أن تكون جامدة وثابتة . فبما أن الكثير من هذه النظم تتيح امكانيات الاتصال التفاعلي الشخصي، فهي تهدف للمساعدة على الابحار في شبكة الإنترنت، وتقوم بوظيفة مراقبة سلوك المستخدم وأعمال البحث، وتصفية المعلومات وتقديمها.



شعار

Slogan

352 ـ شريط الأنباء* Bar news - Bar d'informations

ملخص أو رؤوس أقلام أوعناوين لأحداث

ونشـاطات تقـوم وسـائل الإعـلام والمواقـع الإخباريـة بنشرهـا بصـورة مرئيـة ومقـروءة، وقـد تشـمل مختلف الميادـيـن كالسياسـة والإقتصـاد والرياضـة. عـادة في أسـفل صفحـة الشاشـة لقنـاة معينـة.

شعار

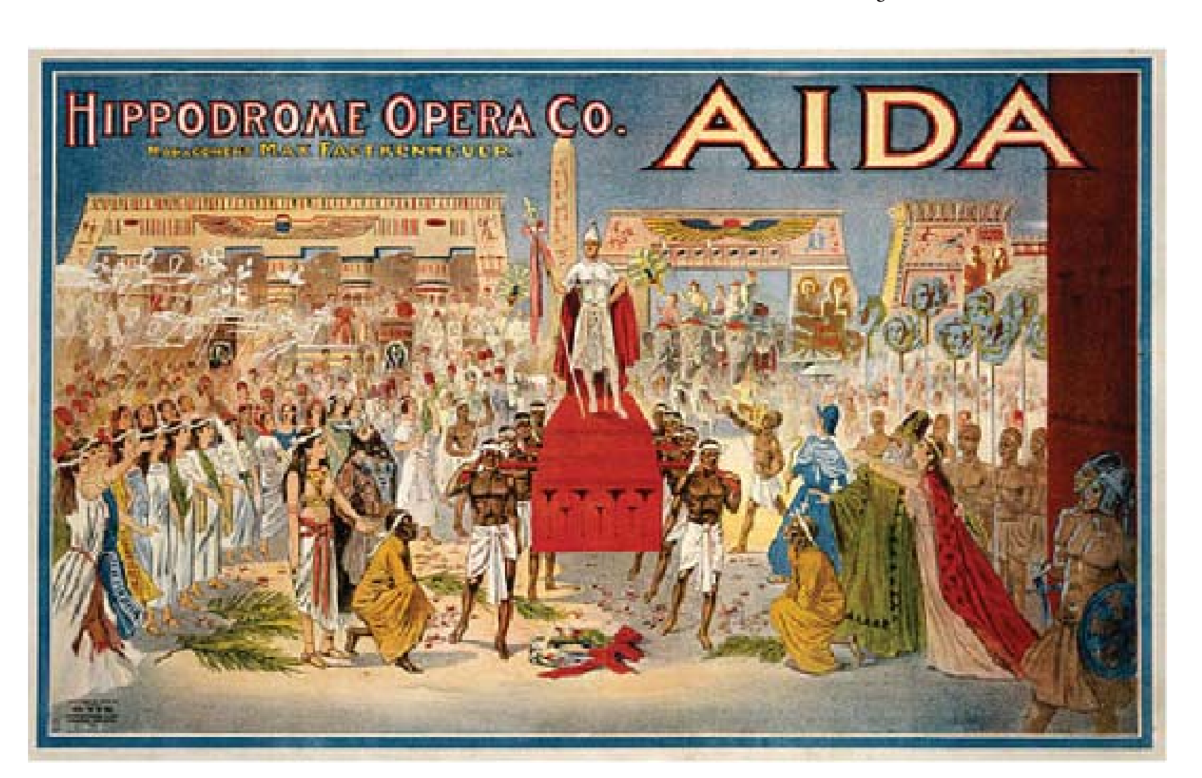
Slogan

353 ـ شعار* Slogan - Slogan

شكل يحاول تقديم تعريف لجهة معينة، سواء كانت هذه الجهة فردا، أو مؤسسة، أو حدثاً معيناً كالمؤتمرات والملتقيات، أو حتى لفكرة معينة، بحيث يتسم الشعار بالاختصار، ويقدم رسالة بصرية للمتلقي، تلخص له ما ينبغي عليه إدراكه بشأن تلك الجهة.

354 ـ شعور* Feeling - Sentiment

إدراك المرء لذاته، أفعاله وانفعالاته إدراكا مباشرا، أو هو الاطلاع على ما يجري في النفس من حالات شعورية.



اعلان لمسرحية "عايدا" في أوهايو في الولايات المتحدة.

Poster for a 1908 production of Verdi's 1871 opera Aida, performed by the Hippodrome Opera Company of Cleveland, Ohio, USA 1908.

ص

355 ـ صحافة* Press - Presse

المجال أو التخصص أو المهنة التي تقوم على جمع الأخبار والتحقق من مصداقيتها، وتحريرها أو تحليلها، وتقديمها للجمهور في الصحف اليومية، أو الدورية، في صفحات قد تكون سياسية، اجتماعية، اقتصادية، ثقافية، تربوية، بناء على أقسام الجريدة والقسم الذي يعمل ضمنه الصحافي.



صحافة إلكترونية

E - journalism

356 ـ صحافة إلكترونية * Electronic journalism - journalisme électronique

الصحافة التي تهتم بنشر الأخبار على شبكة الأنترنت أو على وسائط نشر إلكترونية أخرى.

357 ـ صحافة جديدة* - New Nouveau journalism - journalisme

الصحافة التي تؤكد على المحتوى العاطفي للقصة أكثر من قيمة المعلومات الخاصة بها.

358 ـ صحافة المواطن Citizen journalism -Journalisme citoyen*

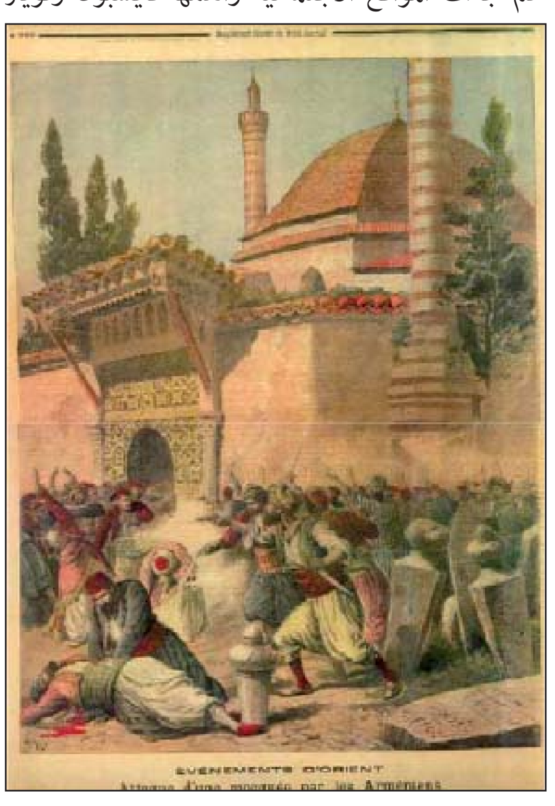
الصحافة الجديدة المعاصرة التي أصبح فيها المواطن شريكا في صياغة الرسالة الإعلامية، بل أصبح قادراً على أن يصوغ رسالته الإعلامية الخاصة به والتي يقدر أن يوصلها إلى كل سكان الأرض بأسرع وقت وأرخص كلفة. هذه الآلية تعتمد على استخدام الكمبيوتر والانترنت في صناعة وإنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات.

وتعتمد صحافة المواطن على تفاعل المتلقي Interactivity بحيث يكون له رد فعل على ما يرسل له من معلومات، قد يكون تعليقا أو رأياً أو معلومة يملكها تدعم أو تفند رأي وسيلة الإعلام التقليدية، بل وقد يكون المواطن أحيانا مصدرا للمعلومة تعتمده وسيلة الإعلام.

¤ بدأ الأمر حين تحولت وسائل الإعلام التقليدية إلى الانترنت فأصبحت تبث رسالتها عبره، ثم تطور الموقع الالكتروني الاعلامي ليصبح صفحة تفاعلية تستقبل التعليقات والمعلومات، حتى أصبح كل شخص قادرا على إنشاء مدونته الخاصة التي يضمنها ما يشاء من المعلومات والأخبار والصور والملفات الصوتية والصور الفديوية. في عام

2003 تحولت مدونة شاب عراقي إلى مصدر للمعلومات لكبريات وسائل الإعلام في العالم حين كان يكتب باللغة الانكليزية من داخل العراق يوميات الحرب.[1]

ثم جاءت المواقع الاجتماعية وأهمها فايسبوك وتويتر



أحداث الشرق في جريدة "الصحيفة الصغيرة لوبوتي جورنال"

Evènement d'orient "Le petit Journal" 1912

ويوتيوب facebook twitter youtube، لتحدث شكلا آخر من أشكال التفاعل الاجتماعي الإعلامي، فحصلت ثورة معلوماتية جعلت المواطن الفرد قادرا على التأثير في المشهد الإعلامي العالمي عبر هاتفه الخلوي، كما حصل في الانتخابات الرئاسية الإيرانية، وهكذا جعلت تكنولوجيا الإعلام الجديد من حرية الإعلام حقيقة غير قابلة للنقض، لان شبكة الانترنت جعلت من كل شخص ناشراً يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة بسيطة[2].

ومن هنا جاء اهتمام كبرى وسائل الإعلام في العالم بالمواقع الاجتماعية، فأصبح لقنوات فضائية هامة يشاهدها الملايين مثل الـ CNN وBBC و"الجزيرة" و"العربية"، مواقع خاصة على الفيس بوك والتويتر واليوتيوب وغيرها، بهدف التفاعل مع الجمهور الذي أصبح مصدراً من مصادر المعلومات. وفي الأزمات الكبرى مثل "الثورات العربية" نشر العديد من الأخبار التي كان مصدرها الأول والاخير المواقع الاجتماعية، في وسائل الاعلام العالمية، بل إن هذه المواقع اصبحت ذات تأثير فاعل في العمل السياسي، على سبيل المثال أصبح المدونون في مصر قادرين على تسيير مظاهرات في شوارع القاهرة، وهو ما تعجز عنه أحزاب المعارضة، حتى ان بعض الباحثين المصريين اطلق عليهم حزب الفيس بوك.

وفي الولايات المتحدة الأمريكية أظهرت الدراسات أن من أسباب خسارة الحزب الجمهوري أمام الحزب الديمقراطي في انتخابات الرئاسة الأخيرة، هو تفوق الديمقراطيين على الجمهوريين في هذا

1 ـ بوحنية قوي، "الاتصال ودمقرطة المسار السياسي"، مجلة الاتصال والتنمية، دار النهضة العربية، عدد3، بيروت أيلول 2011، ص ص. 7 - 22.

2 ـ نفسه.

الجانب، وهو ما يعمل عليه الجمهوريون حاليا لردم الهوة مع منافسيهم.



صحافة متخصصة

Presse spécialisée

359 ـ صحافة متخصصة* – Specialized press

Presse Spécialisée

الصحافة التي تكون على شكل صفحات مستقلة في الجرائد تعالج قضايا ومواضيع خاصة بمهنة معينة أو قطاع من القطاعات أو علم من العلوم أو فن من الفنون، وتسعى إلى التأثير على متخذي القرارات، وتعزيز فكرة الإبداع في المجالات المتعددة.

360 ـ صحافي* Journalist – Journaliste

من يزاول العمل الصحفي في مؤسسة صحفية لقاء أجر ويتخذ هذا العمل مهنة معتادة له وتقوم بينه وبين المؤسسة التي يعمل فيها رابطة العمل بصاحب العمل. ويقصد بالعمل الصحفي البحث عن الخبر والمادة التحريرية والحصول على المعلومات ثم إعدادها لكي تكون صالحة للنشر عن طريق ظهورها في الصحيفة، ويتخذ هذا العمل صورة تحريرية أو فنية تتطلب من الصحفي أن يكون كثير التنقل في بعض الأحيان، أو أن يبقى وراء مكتبه أو في المطبعة دون أن يغير ذلك من طبيعة عمله الصحفي.

361 ـ صحيفة* Newspaper – Journal

الصحافة هي المهنة التي تقوم على جمع وتحليل الأخبار والتحقق من مصداقيتها وتقديمها للجمهور، وغالباً ما تكون هذه الأخبار متعلقة بمستجدات الأحداث على الساحة السياسية أو المحلية أو الثقافية أو الرياضية أو الاجتماعية وغيرها.

¤ الصحافة قديمة قدم العصور والزمن، ويرجع تاريخها إلى زمن البابليين حيث استخدموا كاتباً لتسجيل أهم الأحداث اليومية لتعريف الناس عليها. أما في روما فقد كانت القوانين وقرارات مجلس الشيوخ والعقود والأحكام القضائية والأحداث ذات الأهمية التي تحدث فوق أراضي الإمبراطورية، تسجل لتصل إلى الشعب ليطلع عليها. أصيبت هذه الفعالية بعد سقوط روما، وتوقفت حتى القرن الخامس عشر، وفي أوائل

القرن السادس عشر وبعد اختراع الطباعة من قبل غوتنبيرغ في مدينة ماينز بألمانيا ولدت صناعة الأخبار وكانت تضم معلومات عن ما يدور في الأوساط الرسمية، وكان هناك مجال حتى للإعلانات[1].



صحف عربية

Journaux arabes

في حوالى عام 1465، بدأ توزيع أولى الصحف المطبوعة وعندما أصبحت تلك الأخبار تطبع بصفة دورية، أمكن التحدث عن الصحف بمعناها الحقيقي وكان ذلك في بدايات القرن السادس عشر. وفي القرنين السابع عشر والثامن عشر أخذت الصحافة الدورية بالانتشار في أوروبا و أمريكا، وأصبح هناك من يمتهن الصحافة كمهنة يرتزق منها، وقد كانت الثورة الفرنسية حافزا لظهور الصحافة الحديثة، كما كانت لندن مهداً لذلك.

بدأت الصحافة العربية مع حملة نابليون بونابرت على مصر عام 1798، حيث أصدرت في القاهرة صحيفتين باللغة الفرنسية. في عام 1828 أصدر محمد علي باشا صحيفة رسمية باسم جريدة الوقائع المصرية، وفي عام 1885 أصدر رزق الله حسون في استنبول جريدة عربية أهلية باسم مرآة الأحوال العربية. وفي بدايات القرن العشرين كثر عدد الصحف العربية وخصوصاً في مصر، فصدرت المؤيد و اللواء و السياسة و البلاغ و الجهاد. ومن الصحف القديمة والتي لا زالت تصدر الى الآن جريدة الأهرام والتي صدرت لأول مرة في عام 1875، ومنافستها جريدة الأخبار التي صدرت عام 1944، إضافة إلى العديد من المجلات الأدبية والفنية والثقافية. في الجزائر صدرت جريدة المبشر عام 1847 وكانت جريدة رسمية فرنسية، ثم صدرت جريدة كوكب أفريقيا عام 1907 وكانت أول جريدة عربية يصدرها جزائري. وفي لبنان صدرت جريدة حديقة الأخبار عام 1858 . ثم تبعها العديد من الصحف منها نفير سوريا والبشير، وحاليا تصدر جريدة النهار والأنوار والعديد من الصحف والمجلات الأخرى. وفي تونس صدرت جريدة باسم الرائد التونسي عام 1860. وفي سوريا بدمشق صدرت جريدة سوريا عام 1865، ثم تبعها العديد من الصحف منها غدير الفرات والشهباء والاعتدال في حلب وصدرت صحف كثيرة متخصصة في دمشق.

في ليبيا صدرت أول جريدة طرابلس الغرب عام 1866، وفي العراق صدرت أول

1 ـ Voir: Jacques Le Bohec, Dictionnaire du journalisme et des médias, PUF, Paris 2010.

صحيفــة عــام 1869 تبعتهــا عــدة صحــف منهــا جريــدة الموصــل والبــصرة وبغــداد والرقيــب.

في المغرب صدرت جريدة المغرب عام 1889، وفي فلسطين صدرت جريدة النفير عام 1908، وفي الأردن صدرت أول جريدة في عمان باسم الحق يعلو عام 1920.

في المملكة العربية السعودية صدرت أول جريدة رسمية باسم جريدة القبلة ثم غير اسمها إلى جريدة ام القرى عام 1924، بينما في اليمن صدرت جريدة الإيمان عام 1926، وفي الكويت جريدة الكويت عام 1928، وفي البحرين جريدة البحرين عام 1936[1].

1 ـ راجع: أديب مروة، الصحافة العربية، نشأتها وتطورها، سجل حافل للصحافة العربية، قديما وحديثا، دار مكتبة الحياة، بيروت 1961.

362 ـ صحيفة حية - Live Journal* Live Journal

موقع على شبكة الأنترنت، يتيح لمستخدميه إنشاء وتعديل صفحاتهم الخاصة، أو مواقعهم، على الشبكات الإجتماعية.

363 ـ صحيفة متخصصة*

Specialized newspaper - Journal specialisé

الدوريات التي تتخصص في مجال من المجالات كالسياسة أو الإقتصاد أو الرياضة، أو علم من العلوم أو فرع، أو جانب معرفي علمي كعلم النفس وعلم الإجتماع.



السفير

محمود درويش: آن لي أن أعود!

الأخبار

محمود درويش

القدس

الشاعر العربي الكبير محمود درويش يشيع في رام الله غدا

الدستور

رحيل الشاعر الشاب محمود درويش

محمود درويش المشغول بالموت يعود الى بلاده في كفن

عناوين الصحف العربية

Manchettes des journaux arabes

364 ـ صحيفة جماهيرية* - Mass newspaper

Journal de masse

صحيفة موجهة إلى أعداد كبيرة من الناس يتباينون في مستوياتهم النفسية والتعليمية وغيرها، ممن يطلق عليهم الجمهور أو الجماهير.


L'ILLUSTRÉ
DU PETIT JOURNAL
GRAND HEBDOMADAIRE POUR TOUS
50c
EXODE TRAGIQUE

خبر حرب الصين في جريدة "الصحيفة الصغيرة ـ لوبوتي جورنال"

La guerre de chine ,"Le petit Journal" 1904.

365 ـ صدق* Compliance -Conformité

مطابقة المضمون المنقول من أحداث وأنباء ومعلومات في مختلف وسائل الإعلام مع الواقع الذي يسعى هذا المضمون لتغطيته أو نقله للجمهور.

366 ـ صورة* Photo - Photo

نسخة مستخرجة من وثيقة أصلية أو محاكية للأصل ، أي أنها تسجل تفاصيل لكل الخصائص المادية للوثيقة أو الشيء أو الشخص المراد تصويره.

367 ـ صورة إخبارية* Photo news – Photo de presse



صور نمطية

Stéréotypes

هي الصورة التي تعطي المضمون أو الهدف الإخباري بسرعة أكبر وبوضوح أفضل من التعبير اللفظي، وتستطيع أن تظهر وقائع الأنباء بشكل بياني مرئي مفصل ومستفيض.

368 ـ صورة ذهنية* Mental image – Image mentale

الناتــج النهــائي للانطباعــات الذاتيــة، التــي تتكــون عنــد الأفــراد أو الجماعــات تجــاه شــخص

أو نظام أو شعب أو جنس أو منشأة، أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنة معينة أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان.

وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الافراد واتجاهاتهم بغض النظر عن صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب، فهي تمثل بالنسبة لاصحابها واقعاً صادقاً ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه أو يقدرونه على اساسها.



صور نمطية

Stereotypes

369 ـ صورة نمطية* Stereotype - Stéréotype

استخدام الأنماط الفكرية أو الصور الذهنية السائدة عن فرد أو جماعة أو شعب، وإلصاق مبادئ وأفكار معينة بالرسالة بشكل يسهل قبولها لدى عامة الناس.

370 ـ صورة متحركة* Motion picture - Image animée

الفيلم السينمائي وهو عبارة عن شريط رقيق مصنوع من السيليلوز، وعليه ثقوب على أحد الجانبين أو كليهما، يتم تسجيل الصورة والصوت عليه، أو يضاف إليه الصوت فيما بعد، وقد يعني المصطلح في حد ذاته صناعة الأفلام.

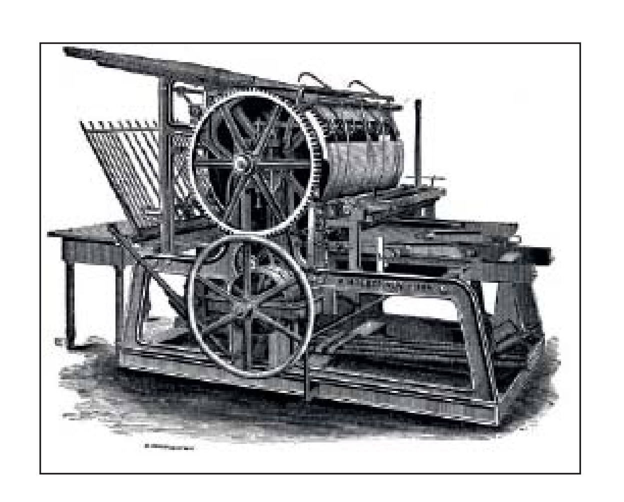
371 ـ صياغة الإعلان* Advertising editing- Rédaction de l'annonce

إعداد المادة التحريرية للإعلان، حيث يتم تصميم بدائل مقترحة للرسالة الإعلانية بغرض المفاضلة بينها ومقارنتها ببعضها، وتقدير إمكانية نجاح كل منها ثم اختيار أنسب وأكفأ الصياغات المقترحة.



372 ـ طباعة* Printing - Impression

طبع الكلمات والصور والتصميمات على الورق أو النسيج أو المعادن أو أي مواد أخرى ملائمة للطبع فوقها.



الطباعة الأولى

La première impression

¤ اعتبر الختم بالحجر أقدم طرق الطباعة التي عرفت لدى البابليين وغيرهم، وكان يستعمل للإستغناء عن التوقيع على المستندات والوثائق والمعاهدات أو كرمز ديني. وكانت الوسيلة أختاماً أو طباعة ليبصم بها فوق الطين أو من الحجر بخدش أو نقش سطحه . وكان حجرة دائرية تغمس في الصبغة السائلة أو الطين وكان يطبع فوق سطح ناعم ومستو لطبع ما كتب عليه كصورة متطابقة عكسيا ومقابلة. وقد تم استعمال الأختام الطينية المنقوشة بتصميم بسيط منذ سنة **5000** ق.م. ، وكانت تطبع على الأبواب المخصصة لحيازة وحفظ السلع. كما تم العثور عليها على الأكياس والسلال التي كانت تنقل بنهري دجلة والفرات. وظهرت أختام يرجع تاريخها للأسر المصرية **15 - 12**. ومن بينها أختام محلية الصنع مصنوعة من العاج، أو العظم أو الصلصال مسطحة أو محفورة بأنماط زخارف هندسية شبكية قائمة على المثلثات المحفورة. ووجدت أختام المكاتب الإدارية فى القصر وبالقرب من بوابات المدينة، وأختام مصرية الصنع، متماثلة مع تلك التى تمَ الكشف عنها فى المواقع النوبية وترجع للنصف الثاني من المملكة الوسطى، وتصاميم زهرية أو لوالبية أو ألقاب أو أسماء لبعض صغار الموظفين أو من ذوى المناصب العليا في الحكومة مثل نائب الحاكم أو المبعوث الملكى.

واكتشـفت اختـام تسـلط الضـوء عـلى العلاقـات التـي كانـت متطـورة بـين كرمـة

ومصر. كما وجدت أختام مغطاة بنقوش حيوانات أو بأشكال أو أسماء ملكية يرجع تاريخها للأسرة المصرية 15م. . وخلال سنتي 2200ق.م. و 1800 ق.م. إزدهرت التجارة بين بلاد الرافدين والهند عبر الخليج. وكان أهم التجارات أختام العلامات الدائرية Stamp- Circular seals التي عرفت بالأختام الفارسية الممهرة بالحيوانات وتتسم بالتجريدية، وبعضها كان عليه الثور المحدب وكتابات هندية. وكانت مصنوعة من الحجر الناعم وكان لها نتوء مثقوب لتعليقها . ومنذ حوالى سنة 2000 ق.م. إستبدلت الأختام الخليجية الفارسية بأختام دلمون Dilmun seals وكان نتوؤها أقل، ومحززة بثلاثة خطوط متوازية[1] .

مارشال ماكلوهان

Marshall McLuhan (1911- 1980)

وكانت بداية الطباعة الميكانيكية سنة 200 عندما أخذ الصينيون يحفرون الكتابة والصور البارزة فوق قوالب خشبية. وكان كتاب Tipitaka البوذي المقدس يطبع عام 972 . في 130 ألف صفحة بالقوالب الخشبية. وتطورت الطباعة من كليشهات خشبية صور عليها نص الصفحة بالكامل، إلى طريقة التجميع لحروف المونوتيب Movable Type المتحركة وترصيصها في قوالب "شاسيه". ولأن الأبجدية الصينية تضم من 40 إلى 2000 حرف منفصل Separate Characters، لهذا كانت الطباعة بالحروف تواجه مشكلة و لم تتبع الحروف المنفصلة. وهذه المشكلة واجهت الكوريين في القرن 14م. وظلوا يتبعون الطريقة التقليدية بالطبع بقوالب الخشب المنقوشة نقشا بارزا . وفي أوروبا صنعت الحروف البارزة والمتحركة، وفي منتصف القرن 15 ظهرت آلة الطباعة على يد الألماني يوهان جوتنبرج Johannes Gutenberg، لتتطور للطباعة الحديثة التي تطبع بها الصحف والكتب بالملايين على الورق. وهذا كان سببا في تطور الحضارة وإنتشار المعرفة بشتى لغات أهل الأرض[2].

1 ـ See: Albert Kapr, Johann Gutenberg: the Man and his Invention, translated from the German by Douglas Martin, Scolar Press, 1996.

2 ـ Idem

373 ـ طبيعة الحرب النفسية* Psychology war nature - Nature de la guerre psychologique

تتوقف على الجمهور المستهدف والأهداف المحددة سلفا، فهي تتوجه إلى الجبهة الداخلية لرفع معنويات المدنيين، وسكان المناطق التي يحتلها العدو، والأصدقاء والحلفاء والمؤيدون من الدول الأخرى، والعدو سواء كان من المدنيين أو العسكريين في السلم والحرب على حد سواء.

374 ـ طبيعة عملية الإتصال* Nature of communication process-Nature du processus de communication

تفاهم أو تبادل مقبول بين طرفين، يحرص كل طرف منهما على أن تكون العلاقة صحيحة، لأن الخداع لا يستمر طويلا وبعدها تبدأ ردود الفعل السلبية.

375 ـ طرق معلوماتية سريعة Highways of information* - Autoroutes de l'information

شبكات الاتصالات الالكترونية كالخطوط الهرتزية، والهاتف الثابت، والألياف البصرية، والقمر الصناعي التي تسمح في اتجاهين، بتدفق مرتفع على امتداد مسافات قصيرة أو طويلة، لإشارات حاملة لرسائل مختلفة في أشكالها وأهدافها من نصوص، رسوم، كلام، صوت، صور، وصور متحركة..



ع

376 ـ عائق الاتصال* Communication barrier - Obstacle de la communication

كل ما يعيق الإتصال أو يعترضه أو يعمل على تشويهه أو تحريفه، وقد تكون اللغة من عوائق الإتصال في حالة عدم فهم معاني بعض الكلمات.

هي جميع المؤثرات التي تمنع عملية تبادل المعلومات او تعطلها او تؤخر إرسالها او تشوه معانيها او تؤثر في كميتها ونوعيتها، أي كل عائق يقلل من فاعلية الاتصالات ولا يجعلها تحقق الغرض المطلوب منها بالدرجة المناسبة.

377 ـ عالم نسوي افتراضي* Cyberfeminisme- Cyberféminism

عالم النساء في فضاء الانترنت، ويوجد العديد من الدراسات التي تعنى بتأثيرات التكنولوجيات الحديثة على قضايا المرأة.

378 ـ عامل مسرع *-Acceleration factor Facteur d'accélération

كل عامل يمكنه أن يساهم في زيادة كفاءة تقنيات الاتصال مما يفضي إلى الأثر المباشر في نقل وتغطية وسائل الإعلام والاتصال لمختلف الأحداث.

379 ـ عرض الحقائق*-Telling the facts Présenter les faits

تقديم الواقع بدون تحريف وتشويه، فالاستمرارَ في التضليل الدائم يمكن أن يؤدي مع مرور الوقت إلى فقدان الجمهور المستهدف الثقة في الرسالة الإعلامية الواردة إليه من الجهة القائمة بالتضليل. بذلك يفقد الاعلام مصداقيته وبالتالي تأثيره في الرأي العام، لذلك فإنه بحاجة، على الأقل بين الحين والآخر، إلى عرض الحقائق كما هي بدون شوائب، وطبعاً ينتقي منها ما يناسب أهدافه الموضوعة مسبقاً.



رسم العلاقات العامة

Relations publiques

380 ـ علاقات عامة -Public relations Relations publiques

قسم إداري، أو فرع، أو خدمة، تحاول المؤسسة العامة أو الخاصة عن طريقها تحقيق وحدتها الداخلية، والتفاهم والتأييد والمشاركة مع من تتعامل أو يمكن أن تتعامل معه.

وتقوم بالتالي العلاقات العامة بالوظاف التالية:

- وظيفة الإدارة: انطلاقاً من الاعتبار بأن العلاقات الناتجة عن نشاطات المؤسسة تؤلف قيمتها، ترى الإدارة نفسها ملزمة بالاضطلاع بمسؤولية تحسين تلك العلاقات إلى أقصى الدرجات الممكنة، تأميناً لتحقيق الغاية التي أنشئت المؤسسة من أجلها.

- وظيفة دائمة ومنظمة: يعني أن العلاقات العامة هي أكثر من نشاط تحققه المؤسسة من خلال علاقاتها المتعددة، وأبعد من الجهود التي تلتزم ببذلها لإنشاء العلاقات الطيبة وتأمين استمرارها.

ويمكن تحديد عناصر العلاقات العامة بما يلي:

- وجود فريق : ويقصد بالفريق المؤسسات والشركات والإدارات على مختلف أنواعها واختصاصاتها.

- الجهود المبذولة: ويقصد بالجهود النشاطات التي يبذلها الفريق لإقامة العلاقات الطيبة واستمرارها.

- إقامة العلاقات الطيبة واستمرارها: وهي العلاقات التي يمكن أن تنشأ بين الإدارة والمؤسسة من جهة وبين الجمهور من جهة، بوجود الروابط التي تنظم وتحكم نشاط وتصرف كل منها.

- أطراف العلاقات الطيبة: إن العلاقات الطيبة تكون بين الإدارة أو المؤسسة وبين موظفيها ومستخدميها من جهة وبين الإدارة أو المؤسسة وبين سائر المتعاملين والمنتفعين من خدماتها من جهة ثانية.

وهناك عدد من العوامل التي أدت إلى إبراز أهمية العلاقات العامة وهي:

- تزايد تعقد هيكل الصناعة، وزيادة ابتعادها عن الاتصال المباشر بجماهيرها.

- ظهور شبكة واسعة ومعقدة من وسائل الاتصال بالجماهير.

- ظهور المنشآت الكبيرة بما لها من مصالح وما يترتب عليها من نتائج.

- ظهور التنافس بين المنشآت وازدياد حدته مما ساعد على فرض احترام أكبر للرأي العام، وحاجة أشد إلى التأييد الجماهيري.

- زيادة الطلب على المعلومات والحقائق والبيانات من جانب أفراد الجمهور نتيجة لانتشار التعليم والمعرفة .

¤ نمت العلاقات العامة كمفهوم إدارى وكوظيفة نموا سريعا خلال الأربعين سنة الماضية، وقد حدث هذا التطور نتيجة للتعقد المتزايد للمجتمع الحديث، وزيادة علاقات الاعتمادية المتبادلة بين منظماته، والقوة المتزايدة للرأي العام، وكذلك زيادة فهم دوافع ومطالب الأفراد والجماعات. وأصبح كسب تأييد وتعاون وثقة الآخرين عن طريق الإقناع جزءا من العمل اليومي للمدير في أي نوع من أنواع المنظمات ، كما أصبحت العلاقات العامة تعبيرا شائعا في اللغة

والفكر[1].

وتعتبر وظيفة العلاقات العامة داخل المنظمات من أحدى الوظائف المستحدثة للإدارة، اذ أنها لم تأخذ الشكل المتكامل كوظيفة إدارية إلا بعد الحرب العالمية الثانية. فمن الملاحظ أن أغلب المنشآت الآن تمارس هذه الوظيفة بشكل أو بآخر، ومن جانب آخر نجد أن العديد من المهتمين والمشتغلين بمجال العلاقات العامة يرون أن التطور الحقيقي لوظيفة العلاقات العامة لم يبدأ إلا من سنين قليلة. فالأساليب والفنون التي تستخدمها العلاقات العامة تتطور بشكل سريع بحيث يمكن القول أنها أصبحت على درجة عالية من الكفاءة، وكذلك نجد أن مديري وخبراء العلاقات العامة تزداد أعدادهم يوماً بعد آخر. من هنا ينشأ احساس الإدارة بمدى أهمية وفائدة العلاقات العامة من الوجهة التنظيمية، الأمر الذي يؤدي إلى إدخال هذا الوجه الحديث من النشاط إلى جانب أوجه النشاطات الأخرى للمنظمة أو تطوير عملها وتدعيمه بالأدوات والإحصائيين اللازمين. ولعل انتشار وكالات العلاقات العامة المتخصصة في الدول المتقدمة وزيادة إعدادها والمهارات التي تستخدمها، لهي دليل آخر على تطور العلاقات العامة وازدياد أهميتها في العصر الحديث.

ومن جهة أخرى تتوضح أهمية العلاقات العامة في المنظمات المعاصرة من خلال ما تؤديه العلاقات العامة الناجحة من تكوين صورة عامة طيبة عن المنشأة .

فالحقيقة التي لا شك فيها هي أن بقاء أيه منظمة من المنظمات يعتمد بصفة أساسية على مدى قدرتها على الظهور الذي يرضي جماهيرها، وبعبارة أخرى فإن تكوين صورة عامة مرضية يعبر عن إحدى الأساليب الأساسية التي تعتمد عليها المنشأة في استمرارها وبقائها. فالصورة العامة للمنظمة تعكس سلوك المنظمة بصفة عامة، وتساعد بصفة أساسية على تسهيل قيام المنظمة بعملها في المجتمع الذي تعيش فيه[2].

ومن بين المساهمات التي تحققها الصورة العامة المرضية عن المنظمة الآتية أنها تساعد على تقبل رجال البيع في مهامهم التسويقية، وتساعد وتسهل عملية اتخاذ القرار من جانب العميل، وتخلق نوعا من الثقة الكبيرة في أي منتج يرتبط بالمنظمة، وتساعد على قبول السلع الجديدة .

كما تساهم العلاقات العامة في تسهل مهام المنظمة في حصولها على الكفاءات النادرة من العاملين، وترفع من معنويات العاملين نتيجة انتمائهم للمنظمة، وتساعد المنظمة في حصولها على التمويل اللازم لإعمالها،

1 ـ See: David Phillips, Towards relationship management: Public relations at the core of organizational development, Journal of Communication Management, Emerald Group Publishing Limited 2006.

2 ـ المصدر نفسه.

وتساعد المجتمع على تفهم حقيقة المنظمة كعضو فعال وجزء حيوي منها .

ومن هنا تظهر أهمية العلاقات العامة في عصرنا الحالي، على أساس أن الصورة العامة المرضية عن المنظمة هي النتاج لعمل العلاقات العامة المثمرة .

ومن ناحية أخرى نجد أن العلاقات العامة كوظيفة إعلامية قد تطورت بسرعة كبيرة، وما زالت عملية التطور فيها مستمرة باكتشاف المشاكل الجديدة وإيجاد حلول جديدة لها، سواء عن طريق البرامج الوقائية للعلاقات العامة أو عن طريق البرامج العلاجية لها.

أما من الناحية الإدارية فمن الملاحظ أن مهنة ونظم الإدارة قد تطورت في القرن العشرين تطورا ملحوظا، مما تطلب إدخال تغييرات في العملية الإدارية ومسؤوليات المدير بغرض تحقيق الأهداف المتعددة والمتعارضة. فالتغييرات التي حدثت في البنية الإدارية مؤخرا، وفي التكنولوجيا والمعلوماتية والعلاقات الدولية والطاقة وغيرها، قد أدت إلى تطورات في أنواع وأحجام وهياكل وسلوك منظمات الأعمال المختلفة في مجالات الصناعة والطاقة والزراعة والخدمات وغيرها.

وقد اتبع هذا التطور تغيرات واضحة في مسؤوليات المدير وواجباته ووظائفه ووجهات نظره، كما انعكس أيضا على مجموعة الوظائف الإدارية المختلفة وأهمية كل وظيفة منها على ضوء التطورات الجديدة، وما يمكن تعظيمه من منافع لبعض هذه الوظائف.

وفي هذا الإطار العام بدأت نظرة المدير إلى وظيفة العلاقات العامة تتغير نسبيا عن النظرة التقليدية سواء من حيث المفهوم أو الأهداف أو المنافع أو الاستخدامات، كما بدأت وظيفة العلاقات العامة تتسع لتشمل أنشطة ومسؤوليات وأهداف مختلفة عن الأهداف التقليدية التي درجت عليها الإدارة .

وارتبط بهذا التطور ظهور ما يسمى بالمفهوم الوظيفي أو المهني للعلاقات العامة Functional Concept، وهو المفهوم الذي يتعامل مع العلاقات العامة كوظيفة ومهنة متخصصة ذات مسؤوليات معينة، يقوم بها متخصصون .

381 ـ علم Science- Science

سلسلة مترابطة من المفاهيم والقوانين والأطر النظرية نشأت نتيجة للتجريب او الملاحظة المنظمة.



ميشال فوكو

Michel Foucault (1926-1984)

وهو نشاط إنساني هدفه زيادة قدرة الإنسان في السيطرة على الطبيعة، وكل منظم من المعرفة تم الحصول عليه عن طريق البحث والتفكير .

وللعلم اربعة أهداف رئيسة هي :

- الوصف Description: فهدف العلم وصف الظواهر المختلفة وغيرها معتمدا في ذلك على الملاحظة واستخدام ادواته او اجهزته العلمية الخاصة.

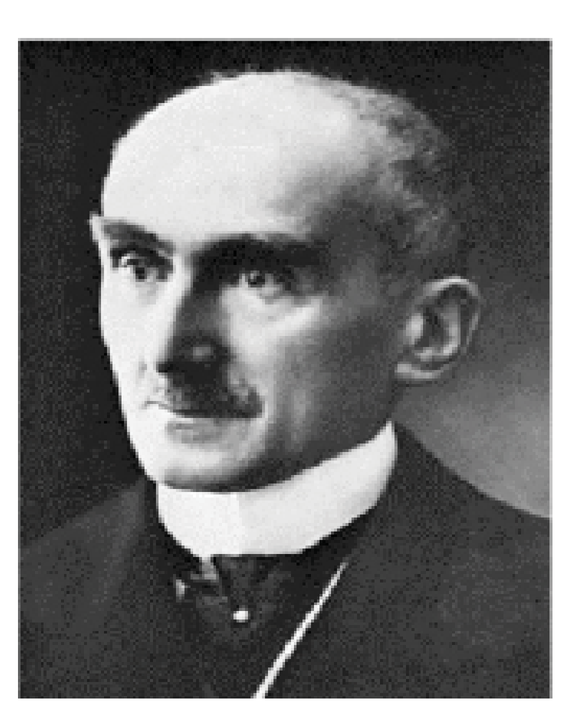
- التفسير Explanation: لا يقف العلم عند وصف وفهم الظاهرة بل يتقصى معرفة اسبابها ويعتمد التفسير على دراسة المتغيرات التي تلازم الظاهرة وتسبب حدوثها .

- التنبؤ Prediction: عندما يصل العلم الى تعميمات تفسر الظواهر المختلفة يحاول الاستفادة من هذه التعميمات في التنبوء مستقبلا، والتنبؤ يعني: استخدام معلومات سابقة لتوقع حدوث نتائج أو ظواهر مستقبلية .

- الضبط والتحكمControl: ويعني ضبط العوامل والظروف التي تجعل ظاهرة معينة تتم على صورة معينة او منع حدوثها بما يتفق وصالح الانسان، ويعتمد ضبط الظاهرة على مدى صحة تفسيرها والتنبؤ بها.

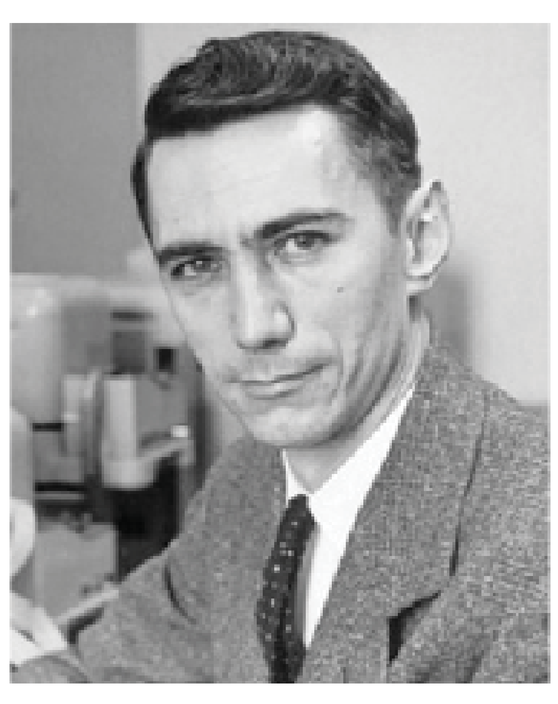
382 ـ علم الإتصال -Communicology*- Communicologie

التسمية الحديثة لعلوم الإعلام والإتصال التي تجمع كلمتي، علم واتصال، في مصطلح واحد.



هنري برغسون

Henri Bergson (1859-1941)



كلود شانون

Claude Elwood Shannon (1916–2001)

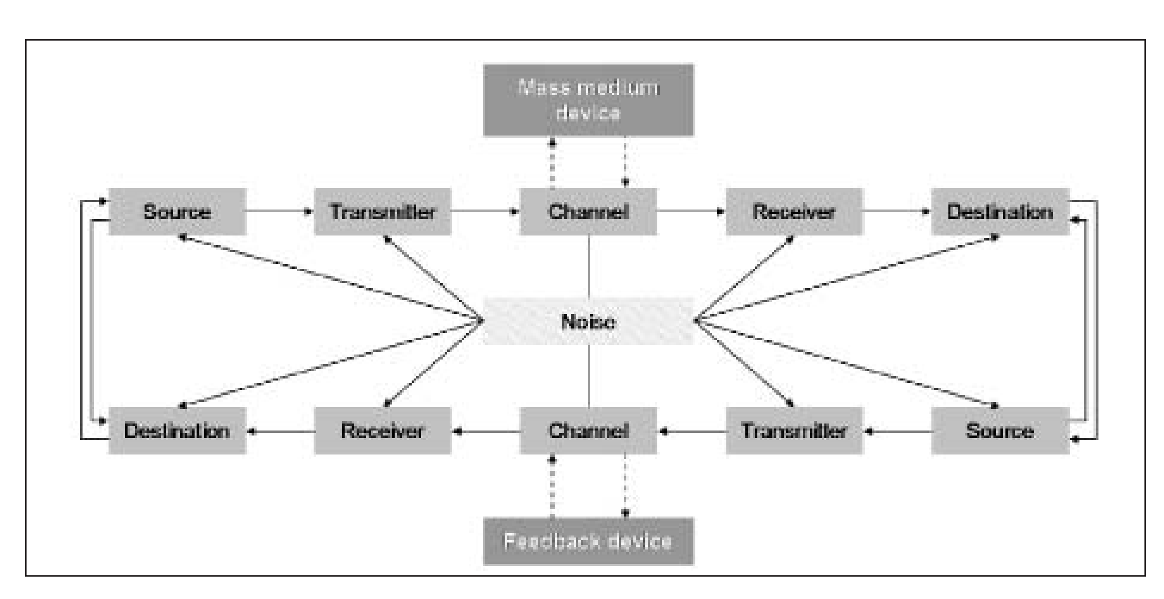
383 ـ علوم الإعلام والاتصال*

Information and communication sciences - Sciences de l'information et de la communication

هو علم يجمع العديد من العلوم الأخرى، يستمد جوهره وماهيته ومناهجه وتقنياته من اختصاصات أخرى متعددة، ويدرس السلوكيات والمواقف والخطب المعلنة بكل أشكالها ووسائلها، وفي كل المجالات، وكذلك ظروف إنتاج الرسالة الإعلامية والأهداف الظاهرة والخفية، ويدرس كيفية إنتاج وتوزيع وتخزين المعلومات مهما كان نوعها: علمية أو تقنية، مكتوبة أو مرئية ومسموعة..

واليوم تتداخل مواضيع علوم الاعلام والاتصال أكثر فأكثر ببعضها البعض، اذ تكثر اشكالياتها وتحدياتها ورهاناتها مع التطور التكنلوجي. فتتناول الدراسات مثلا استعمالات وسائل الاعلام والاتصال المختلفة والآثار المترتبة عليها، و محتوى الرسائل الاتصالية بمختلف أشكالها وتأثيراتها على الأفراد والمجتمع..

¤ خضعت أبحاث الاعلام والاتصال في مفهومها الواسع إلى مرحلة فلسفية ارتبطت فيها بالأبحاث الانسانية التي تناولت بشكل عام نشاط الانسان، مثل ما قام به أرسطو في محاولة تفسير عملية الاتصال بين الأفراد والجماعات في كتابه «فن البلاغة»، حيث قسم الاتصال إلى الشخص المتحدث والحديث والمستمع. وعرف الاتصال بأنه جميع وسائل الإقناع المتوفرة، لأن الخطابة في زمن أرسطو والزمن الذي بعده قبل ظهور المطبعة كانت الأداة أو الطريقة الأساسية في عملية الاتصال حتى في الحضارة العربية الإسلامية.



نموذج دوفلور لنظام الاتصال الجماهيري

Defleur Model of Mass Communication System

وقد انتهت سيطرة الخطابة كأداة اتصال بعد ظهور المطبعة بالحروف المتحركة في أوروبا في القرن 15 ميلادي، مما مهد إلى ظهور الدوريات في القرنين السادس عشر والسابع عشر.

وأدت الصحافة إلى نشر الأخبار وقيام الثورة الفرنسية التي أعطت للمواطن الغربي الحريات الأساسية، وحسنت أوضاعه الإجتماعية على مستوى العمل والتعليم والرعاية الصحية مما جعله يرتقي ثقافيا وإجتماعيا وسياسيا.

وبالرغم من التطور الكبير الذي عرفته الصحافة المكتوبة منذ اختراع المطبعة سنة 1939 ، إلا أن أبحاث الإعلام والاتصال لم تواكب هذه النهضة ولم تحاول الاستقلال بنفسها كعلم مستقل، بل استمرت في شكل دراسات تغلب عليها الطابع التاريخي والفلسفي والقانوني والأدبي ضمن الأبحاث الانسانية، معتمدة على الحدس والتخمين حتى بداية القرن العشرين حين برزت بعض المحاولات البحثية في هذا المجال، مثلما قام به الباحث دانيال ستارشDaniel Starch في مجال الإعلان والإذاعة خلال الفترة 1922-1927 بتطبيق أساليب القياس الكمي، ونشر ولتر ليبمان في كتابه "الرأي العام" سنة1922 حيث قام بمحاولة لتأسيس البحث في الإعلام والاتصال في إطار مستقل[1].

وتجلى الإهتمام بوسائل الإعلام والاتصال خلال الخمسينيات من القرن الماضي في تأسيس العديد من المعاهد والكليات ومراكز التدريس والتدريب والبحث المتخصصة في الإعلام والاتصال، إلى جانب الجهود البحثية التي بذلت على مستوى تخصصات علمية مثل العلم السياسي، وما قام به هارولد لازويل من جهود أسفرت عن ميلاد أسلوب تحليل المضمون بمفهومه الكمي الحالي، إلى جانب البحوث الإعلامية التي تناولت دراسة وسائل الإعلام والمجتمع، مثل دراسات عالم النفس الإجتماعي بول لازارسفيلد Paul Lazarsfeld منذ سنة 1933، الذي ركزعلى الرأي العام وتأثير وسائل الإعلام الجماهيرية، إلى جانب كل من الباحثين كارل هوفلاند Karl Hovland الذي ينتمي إلى نفس التخصص والذي بحث علاقة الاتصال بتغيير الاتجاهات داخل الجماعة، و كرت لوين Kurt Lewin في بحوثه عن التأثيرات التي تحدثها جماعة الضغط على تصرفات أعضائها[2].



كارل هوفلاند

Carl Hovland (1912-1962)

1 ـ مي العبدالله، البحث في علوم الاعلام والاتصال، من الأطر المعرفية الى الاشكاليات البحثية، دار النهضة العربية، بيروت 2011، ص ص. 42-46.

2 ـ المصدر نفسه

وبالرغم من الفشل الذي منيت به أبحاث الإعلام والاتصال من حيث استقلالية مواضيعها وأدوات بحثها، إلا أن الاهتمام الذي حظيت به وسائل الإعلام والاتصال أدى إلى ميلاد أبحاث مستقلة في مجال علوم الإعلام والاتصال[1].

لم يتفق الباحثون على تقسيم واحد لأبحاث الإعلام والاتصال وهذا لاعتماد كل باحث على أسس خاصة به في القيام بهذا التقسيم ومن هنا نسجل وجود العديد من التقسيمات منها ما كان أساسها المجال الذي تناولته هذه الأبحاث مثل القول أبحاث اجتماعية، أبحاث طبيعية ،أبحاث إنسانية .



بول لازرفلد

Paul Lazarfeld (1901-1076)

أيضا من هذه التقسيمات ما كان أساسها الوسائل المستخدمة في إنجازها مثل القول أبحاث كمية وأبحاث نوعية ومنها ما كان أساسها المنهج المطبق في إجرائها وبالتالي توزعت هذه الأبحاث إلى تاريخية ، تجريبية، إحصائية، مسحية.

وبالرغم من عدم الاتفاق المسجل، إلا أن الباحثين لم يختلفوا في تصنيف البحث العلمي إلى ثلاثة مستويات، وفق ما قام به الباحث موريس دوفرجين Maurice Duvergen، هي المستوى الاستكشافي والمستوى الوصفي والمستوى التفسيري[2].

تعرف الأبحـاث الاستكشـافيـة بالأبحاث الاستطلاعية أو بالأبحاث الأولية التي يلجأ إليها الباحث لتذليل الصعوبات التي يواجهها على مستوى استكشاف الظواهر أو التعرف عليها بصورة جيدة بعد استكشافها غير الكامل، كما نستخدم هذا النوع من الأبحاث في تحديد إشكالية البحث، وأيضا في اختيار الفرضيات دون الذهاب إلى أكثر من ذلك. وهي تكون في شكل إجابة على شكل سؤال واحد يتناول نقطة واحدة لا غير وبالتالي فإن بناءها الفني يتم بصورة مرنة لا يتطلب الكثير من الإجراءات البحثية أو التصميم الهيكلي المعقد.

والأبحاث الاستطلاعية لا تتطلب استخدام التساؤلات والفرضيات لكونها تعالج نقطة واحدة في شكل إجابة على سؤال واحد وبالتالي لا يخشى الباحث الخروج عن مسار البحث.

تسـتخدم الأبحــاث الاستكشــافية في مجــالات

1 ـ المصدر نفسه

2 ـ Voir: Gérard Dereze, Méthodes empiriques de recherche en communication, Préface de Yves Winkin, De Boeck, Paris 2009.

العلوم التي تعاني عدم توفر الرصيد المعرفي وعلى مستوى أبحاث الإعلام والاتصال يستخدم هذا النوع من الأبحاث بصورة كبيرة، لأن أبحاث الإعلام والاتصال تعاني عدم وجود نظريات وقوانين تساعد في عملية البحث خصوصاً على مستوى صياغة الفرضيات.

وبعد استكشاف الظاهرة ينتقل البحث إلى وصفها، أي التعرف على العناصر المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها. والأبحاث الوصفية ضرورية لأنها تدرس الوضع الراهن للظاهرة دراسة تصويرية دقيقة، أي أن الهدف الأول والأخير للأبحاث الوصفية هو جمع معلومات كافية ودقيقة عن الموضوع المدروس كما هو في الحيز الواقعي. وهنا لا بد من الإشارة الى أن الدراسات الوصفية ليست مجرد معلومات عن الواقع المدروس، بل هي أيضا عملية تصنيف هذه البيانات إلى عناصرها الرئيسية والفرعية وتفسيرها تفسيرا شاملا من أجل استخلاص النتائج في شكل دلالات تساعدنا على الوصول إلى تعميمات حول الموقف المدروس، وبالتالي فإن تصميمها يتطلب عناية كبيرة من حيث البناء الهيكلي وجوانب التعبير عن البيانات حتى تكون تامة غير منقوصة. ومن هنا كان المنهج المسحي والأساليب الكمية هي الأدوات التحليلية الأكثر ملاءمة في هذه الدراسات لكونها أدوات تعتمد على المسح الدقيق للمعطيات، والتعبير عن النتائج بطرق خاصة نستند فيها طرق القياس الكمي التي نقوم فيها بتسجيل المعطيات وعدها في المرحلة الأولى، ثم اعتماد الطرق الإحصائية في تبويبها وتحليلها لاستخراج المؤشرات التي تحتويها.

وأبحاث العلاقات السببية بين المتغيرات تقوم على اختبار علاقات التأثير والتأثر بين متغيرات الظاهرة الواحدة أو الظواهر المختلفة، وهي أبحاث تمثل مرحلة النضوج العلمي لأن الباحث لا يكتفي فيها باستكشاف الظاهرة أو تصويرها بل يذهب إلى أبعد من ذلك لدراسة العوامل التي أوجدتها على الشكل الذي هي عليه. عملية دراسة أبحاث اختبار العلاقات السببية في الإعلام والاتصال عملية معقدة لأنها تتناول ظواهر مرتبطة بنشاط الإنسان وحركة المجتمع، وبالتالي تعدد العوامل المتحكمة في هذه الظواهر وتتشعب لدرجة يصعب العثور على العوامل المؤثرة في الظاهرة في الأبحاث السببية، تستخدم الفرضيات التي نحتمل فيها مسبقا العوامل الكامنة وراء حدوث الظاهرة في شكل نتائج للبحث حتى نضمن إختيار التوجيه السليم من حيث اختيار نوع المعلومات ذات العلاقة بالبحث وإجراء التحليل وفق مساره الصحيح.

إن تصميم الأبحاث الاستدلالية يتطلب دقة علمية متناهية من حيث تحديد الإشكالية بصورة دقيقة واضحة حتى يتمكن من ضبط ما هو في صدد البحث عنه على مستوى صياغة الفرضيات، كما أن الباحث في تحقيقه

للصياغة الدقيقة الواضحة للإشكالية يجب عليه اعتماد خطة علمية واضحة يتمكن من خلالها البرهنة بصورة واضحة على الفرضية التي وضعها مدعما جهده بتقديم البيانات والحقائق بأسلوب تحليلي واضح مقنع للقراء غير متناقض الطرح. وبتقديم البراهين والأدلة العلمية الكفيلة بإبعاد كل أنواع الشك والغموض عن النتائج المتوصل إليها، يعتمد الباحث بصورة أساسية على المنهج التجريبي في إجراء هذا النوع من الدراسات لأنه يمكنه من التحكم في المتغيرات المدروسة أثناء اختبارها[1].

384 ـ علم الدلالة* Semantics - Sémantique

العلم الذي يدرس اللغة من حيث أنها كلمات تدل على معان، ولعلم الدلالة منهجه ووسائله فهو يعتمد على دراسة الصوت، وعلى الدراسة النحوية، ولكنه يدخل في اعتباره عوامل انسانية واجتماعية كشخصية المتكلم وشخصية السامعين وظروف الكلام..

385 ـ علم السمعيات - *Audiology

علم السمعيات

Audiology

Audiologie

العلم المتخصص في تشخيص وعلاج مشاكل السمع، ويتعدى أيضا إلى دراسة السمع وتأثير فقدان السمع الجزئي أو الكلي على قدرة الشخص في التواصل.

386 ـ علاقة* Relation - Relation

عملية اتصال ورغبة من شخص مرسل يتلقى الاستجابة من الشخص المستقبل.



بول لازرفلد

Paul Lazaefeld (1901-1976)

387 ـ عمود صحفي* Column – Colonne

مساحة محدودة من الصحيفة تزيد بقليل أو أكثر عن عمود تصنعه الصحيفة تحت تصرف أحد كبار الكتاب، يعبر من خلاله عما

1 ـ Gérard Dereze, Idem

يـراه مـن آراء أو أفـكار أو انطباعـات شـخصية فيـما يـراه مـن قضايـا وموضوعـات ومشـاكل، وبالأسـلوب الـذي يرتضيـه.

وغالبا ما يحتل العمود الصحفي مكانا ثابتا لا يتغير على إحدى صفحات الجريدة، ويظهر بموعد ثابت قد يكون كل يوم أو كل أسبوع. ولا بد من أن يحمل العمود الصحفي توقيع كاتبه، وليس من الضروري أن يلتزم كاتب العمود الصحفي بسياسة الصحيفة وإن كان المتعارف عليه أن لا يكون معارضا لهذه السياسة.

388 ـ عناصر الخبر* News elements- Eléments de l'information

مجموعة الخصائص التي يتميز بها الخبر وتجلعه صالحا للنشر، ويمكن حصرها في الجدية و الآنية، والفائدة والمصلحة الشخصية والعامة، والتوقيت، والاهتمامات الإنسانية، والإثارة، والشهرة، والضخامة والحجم.



عناوين الصحف

Press titles

389 ـ عنوان صحفي* Press title - Titre de presse

عبارة لغوية مكتوبة أو منطوقة تتكون من كلمات عدة تفضي إلى معنى بعيد عن الإسهاب و الكلمات الشاذة، تلخص الموضوع المراد قراءته وتمنعه من الاختلاط بغيره من المواضيع، وتحدد نوعه (سياسي، اقتصادي، رياضي، اجتماعي.. الخ)، و تترك انطباعا مبدئيا لدى المتلقي عن فحوى الموضوع.

390 ـ عنوان رئيسي* Headline – Manchette

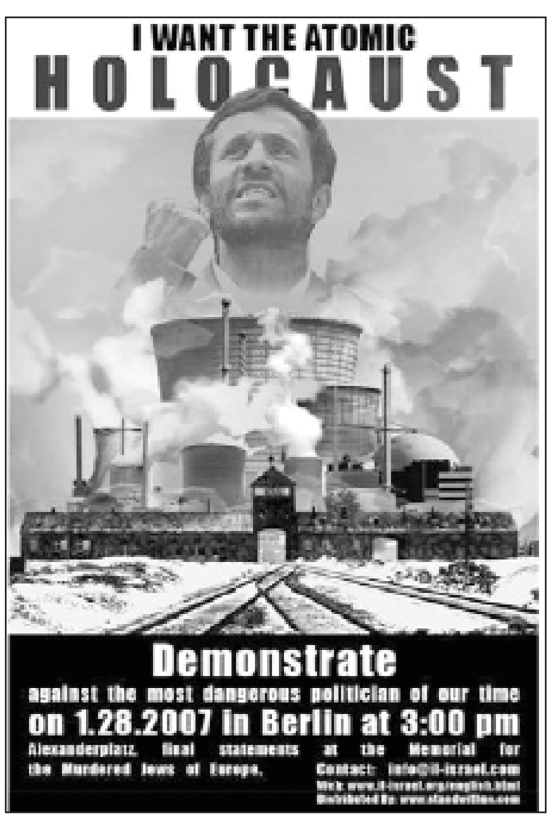
العنوان الكبير الذي يمثل رؤوس الصفحات، وقد يكون أحيانا على طول الصفحة، ومرات أخرى على امتداد ثلاثة أعمدة أو أكثر، وهو يتميز بالحروف والخطوط المختلفة، فقد يكون بخط الرقعة والنسخ أو المثلث أو الكوفي، وقد يكون بحروف سوداء أو بيضاء أو ملونة.

391 ـ عنوان فرعي* Subtitle - Sous-titre

عنوان يشير إلى مضمون كل محور من محاور التحقيق، ولا بد أن يتصف بالجاذبية والتشويق. ويتفنن بعض المحررين باختيار العناوين الفرعية الأكثر جاذبية والتي تلفت انتباه القارئ بشكل ملحوظ، بهدف التأثير عليه، من أجل دفعه لمواصلة قراءة الخبر الطويل أو التحقيق إلى نهايته.

392 ـ عنوان إيضاحي* - Explanatory title
Titre explicatif

عنوان مباشر وصريح يحاول أن يقدم موضوع ومحتوى التحقيق بشكل واضح يسهل فهمه واستيعابه.



عنوان تحريضي

Provocative title

393 ـ عنوان استفهامي*

Interrogative title - Titre interrogatif

عنوان يتضمن سؤالا يجذب القارئ ويسمى أيضا العنوان الاستفساري، وهو مبني على صيغة السؤال، ومن شأن السؤال في العنوان أن يزيد من أسباب التشويق لمتابعة الموضوع الصحافي ويخلق حافزاً لمعرفة الجواب.

394 ـ عنوان الخبر* News title - Titre de l'information

عنصر الخبر الذي يكتب كآخر شيء فيه، ويتناسب مع مقدمة الخبر بعدم تكرار ما جاء في المقدمة بل مستوحى من مضمونها، وهو المدخل الحقيقي للخبر. ويشتمل عنوان الخبر عادة على أهم حقيقة في الخبر، وأكثر الأحداث إثارة، وأهم عنصر في الخبر كالشهرة. وهو مختصر، يثير انتباه القارئ، يجيب على أحد الأسئلة المعروفة، يبتعد عن التهويل والتضخيم والتقليل، وعن أي شبهة للرأي فيه كي لا يفقد موضوعيته.



عنوان خبري

Informational title

395 ـ عنوان خبري* Informational title -Titre informationnel

العنوان الذي يحمل إلى القارئ معلومات عن الموضوع ويقدم هذه المعلومات مجردة حيادية خالية من أي رأي أو تقييم أو انفعال.



Le Monde

OUI

L'appel des syndicats européens

RÉFÉRENDUM

عنوان تحريضي

Provacative title

396 ـ عنوان عريض Banner line*- Manchette

يمتد بعرض الصفحة ويسمى المانشيت. ويكون بلون مختلف ويتصدر اهم خبر من وجهة نظر الصحيفة.

397 ـ عنوان تحريضي* - Provocative title

Titre provocatif

عنوان يستثير من يوجه ويطلب منه تحركا ما، وقد يوجه التحريض في العنوان إلى شخص أو إلى جمهور خاص أو إلى جمهور عام، أو إلى مجموعة من الأشخاص والفئات غير المحددة.

398 ـ عنوان تقريري* -Declarative title

Titre déclaratif

العنوان الذي يقدم عناصر الموضوع مضافا إليها رأي الصحيفة أو تقييم الكاتب أو المحرر، وقد يكون هذا الرأي حكيما سلبيا أو إيجابيا.

399 ـ عنوان الكتروني* Electronic adress

Adresse - électronique

ما يعادل عنوانا بريديا عاديا وهو عنوان شخص ما على الانترنت.

400 ـ عولمة* Globalization - Mondialisation

ظاهرة عالمية نتجت عن تطور تقنيات الاتصال ونشأة التجمعات الاقتصادية الكبرى، وكانت من أهم نتائجها إلغاء الحدود بين الدول وتجاوز المسافات في الزمان والمكان.

401 ـ عولمة محلية* Glocalization -

Glocalisation

العملية التي بموجبها تصبح الثقافات المحلية والإقليمية متماثلة مع بعضها البعض، كنتيجة لعامل العولمة (الإقتصادي- التكنولوجي).

402 ـ غرفة دردشة -- *Chambre Chat room* de chat

مواقع على شبكة الأنترنت تمكن مستخدمي الكمبيوتر من تبادل الرسائل. وأحيانا ترتكز على مشاركة القراء والصحافيين في إثراء قضايا المجتمع المختلفة، مما يجعلها بمثابة منتديات للنقاش والمشاركة.



تصوّر لغسيل الدماغ

Vision of Brain washing

403 ـ غسل الدماغ* Brain washing - Lavage de cerveaux

العملية التي يقصد بها تحويل الفرد عن اتجاهاته وقيمه وأنماطه السلوكية وقناعاته وتبنِيه لقيم أخرى جديدة تفرض عليه ممن يأسره، فغسيل المخ هو محاولة تغيير الاتجاهات النفسية وهو محاولة لتوجيه الفكر الإنساني ضد ما سبق أن اتخذ من عقائد وميول، وهو إعادة تعليم وتحويل من إيمان بعقيدة معينة إلى كفر بها وإيمان بنقيضها.

هو عملية منظمة يستخدمها العدو لخلق النقيض النفسي والعقلي وتفعيله عند السجناء والمعتقلين، وذلك بهدف تحويل اهتماماتهم الوطنية والدينية إلى دنيوية خصوصا عندما يقارن المعتقل نفسه بالآخرين فيصاب بالغصة إذا لم يكن الندم في مرحلة متقدمة.

¤ بدأ استخدام هذا المفهوم منذ عام **1951** وقد اخذ من عملية تنظيف الدماغ، والتي استخدمها الصينيون لتخليص الأفراد من معتقداتهم القديمة ليتمكنوا من التعايش بسلام في ظل النظام الشيوعي. ثم أصبح فيما بعد يستخدم ليدل على المحاولات المختلفة التي تبذل لتغيير آراء السجناء وتطلعاتهم سواء كانوا من أسرى الحرب أو المدنيين.

ويجب أن نميز بين أسلوب غسيل الدماغ وباقي أساليب الحرب النفسية مثل الدعاية والإشاعات ومحاولات الإقناع، مما يؤدي إلى تعديل أو تغيير أفكار الفرد أو معتقداته أو سلوكياته، حيث أن أسلوب غسيل الدماغ هو أسلوب فردي توجه فيه الجهود إلى فرد واحد محدد، بينما الأساليب الأخرى في الحرب النفسية غالبا ما توجه إلى الجماعة. ويعتبر غسيل الدماغ من العمليات القسرية أو الإجبارية لإكراه الأفراد من أجل تعديل أفكارهم أو معتقداتهم والتحول عنها. وتهدف عميلة غسيل الدماغ إلى تحويل الفرد الأسير

عن أفكاره واتجاهاته الوطنية وقيمه وأنماط سلوكياته أو كبت معتقداته أو الاتجاهات التي كان يتبناها مع الإيمان أو الاعتقاد بالنقيض وغير ذلك[1].

وعملية غسيل الدماغ تنفذ على مراحل:

- مرحلة التذويب والتي تهدف إلى وضع الفرد في وضع يشك معه في القيم التي يحملها من السابق لدرجة يميل إلى تغييرها أو حتى إلى اعتناق قيم بديلة لها وقد أظهرها العدو سابقا عندما كان يربط بين إطلاق سراح بعض السجناء والتوقيع على وثيقة نبذ ما يسمى الإرهاب من وجهة نظرهم ، حيث تفاوتت أيضا ردود السجناء تجاهها ورفضها البعض من سنين ولا زالوا في الأسر.



الأخوة لوميير

Les frères Lumière (1895)

- مرحلة التغيير وإعادة تعليم الفرد الأسير المعتقدات والأفكار التي يراد أن يكون عليها

وتعتمد هذه العملية على بعض الأسس النفسية الهامة وهي:

- العمل على إنهاك الفرد الأسير فكريا ونفسيا، وجسديا لدرجة التعب والإعياء وضعف القدرات الفكرية، والقدرة على الانتباه والتركيز،ويصبح الفرد في هذه المرحلة في حالة تشتت وضياع وتتضح هذه الملامح من خلال المداهمات الليلية أثناء النوم أو السجن الانفرادي ،... الخ.

- عدم القدرة على التكيف أو إعادة التوازن العقلي والنفسي بسبب المعاناة وعملية العزل الطويلة شاهد على ذلك، والتعذيب أحيانا مما يجعل الفرد يائسا، مستسلما يسهل تطويعه والسيطرة عليه...

- الإيحاء النفسي والتأثير بالجوانب النفسية والعقلية والسلوكية لدى الفرد وتشكيل سلوكه بالشكل المطلوب، وفي عملية غسيل الدماغ تتحرك الإيحاءات في اتجاه واحد مركز حيث يتعرض الفرد أو الأسير لضغط جسدي ونفسي كبيرين، مع الإيحاء للأسير على تكوين اعترافاته وخصوصاً بعد أن يضعف لديه القدرة على التمييز العقلي بين أفعاله وأفكاره، وبين ما يوحي إليه عن طريق مستجوبيه.

- تنمية الإحساس بالذنب لدى الأسير بحيث يطلب من الأسير مراجعة تاريخ حياته السابقة وتبرير أفعاله السياسية والشخصية والأخطاء التي قام بها مما يثير لديه الإحساس بالذنب والخطأ وبالتالي كراهية الذات، والإحساس

1 ـ Voir: Florence Amalou, Le livre noir de la PUB, Quand la communication va trop loin, Stock, Paris 2001

بالدونية و الضعف، وعدم الثقة بالنفس، مما يجعله يتقبل آراء الآخرين وأفكارهم ويخدم مصالحهم .

- تدمير الذات: إن عملية الإذلال، والتحقير، والتعذيب ... تؤدي بالفرد إلى احتقار ذاته، والتقليل من نظرته لذاته وهذه العملية تكون مؤثرة كلما كان الفرد ذا أهمية وسلطة ونفوذ ... وهو يقارن بين ضعفه وعجزه وبين قوة أو سيطرة مستجوبيه، وهذه كلها تضعف من قدرة الفرد العقلية و النفسية على مقاومة عملية غسيل الدماغ .

ومن الأساليب الحديثة المستخدمة، المناورات بإطلاق سراح مجموعات من السجناء والمعتقلين مما يجعل الإخوان في حالة ترقب دائم واهتمام كبير بالموضوع والذي يثبت بطلانه ويؤدي إلى حالة من الاستنزاف النفسي الكبير .

ومما يزيد الحرب النفسية تعقيدا صعوبة تحديد ما هو صائب، وذلك لتشعب الولاءات بدلا من كونها باتجاه واحد مثلما كانت سابقاً، ويمكن تصديق الدعايات المغرضة إذا ارتبطت بحوادث يعرفها الجميع مثلما يجري في حياتنا هذه الأيام والتي يمكن استغلالها لتنفيذ الحرب النفسية وعملية غسيل الدماغ[1]

1 ـ مي العبدالله، الدعاية وأساليب الاقناع، دار النهضة العربية، بيروت 2006، ص ص.23 - 33.



404 ـ فئة مترددة* - Hesitant category Catégorie hésitante

الفئة القلقة المتوترة التي تحب الحديث مع الصحفي، ولكنها في نفس الوقت تخاف من طبيعة التعاون مع الصحافة وما يمكن أن تثيره من مشاكل أو متاعب، وتحتاج هذه الفئة من الصحفي أن يبذل جهدا في محاولة حسم ترددها لصالحه.

405 ـ فجوة رقمية* Digital divide- Fracture numérique

الهوة القائمة بين الشعوب التي واكبت النظام الدولي الجديد واعتمدت تقنيات الاتصال الحديثة، وبين من لم يتمكنوا من تجاوز عقبات التكنولوجيا والحداثة.

ان المتابع للتطورات التي شهدها ميدان تكنولوجيا الاتصال الحديثة يلاحظ أن هذه التطورات على الرغم من الاهمية التي تكتسبها لم تشمل كل المجتمعات بصفة متوازنة، ففي حين أصبحت التكنولوجيا تمثل في بعض المجتمعات ضرورة ووسيلة مهمة وفعالة في تسيير أمور الحياة اليومية، لدرجة أن من لم يستعملها او من لا يتقنها اصبح يعد أمياً، لم يتمكن العديد من المجتمعات من



الفجوة الرقمية

Le fossé numérique se comble

مواكبة الثورة التكنولوجية، وبقيت تعتبر هذه التقنيات الحديثة مظهرا من مظاهر الرفاهية لا جدوى من استعمالها ولا ضرورة لها.

وهنا تجدر الاشارة والتاكيد على أن سد الفجوة الرقمية لا يقتصر على توفير البنية التحتية الكفيلة بضمان الربط والنفاذ الى شبكات الاتصال بما فيها الانترنت على اهميتها فحسب، بل يتعدى ذلك الى ضمان العوامل الاساسية المتمثلة في :

- توفير المحتوى الملائم لكل مجتمع بحيث يخدم مصالح افراده ويستجيب لحاجياتهم

- توفير الاطار التنظيمي الذي يضمن لكل شخص ينوي استعمال هذه التكنولوجيا، الجودة والسلامة اللازمتين.

- انخراط كافة مكونات المجتمع في هذه التوجهات.

¤ من المؤسف أن الفجوة الرقمية ما زالت تستمر في الاتساع بسرعة كبيرة. فعلى الرغم من تفاؤل بعض المحليين ازاء ادراك بعض الدول النامية لأهمية التقنيات الحديثة للاتصال في تحقيق الازدهار الاقتصادي، الا أن الفجوة الرقمية ما انفكت تشهد اتساعا متواصلا في مساحتها، وتمثل الاحصائيات خير شاهد على ذلك ففي حين كانت تمثل نسبة مستعملي الانترنت بين امريكا الشمالية وبين افريقيا **297** ضعفا في العام **1979**، اصبحت في شهر اكتوبر من عام **2000** تمثل اكثر من **540** ضعفا.[1]

وتشير الدراسات التي تطرقت لهذا الموضوع الى وجود تباين في استعمال هذه التقنيات ولا سيما الانترنت على مستويات مختلفة، ان كان مستوى الجهات او الطبقات او الشركات داخل دولة واحدة، او مستوى الافراد داخل مجتمع واحد.

أسباب الفجوة الرقمية :

- اختلاف الوعي المعلوماتي بين مجتمعات الدول المتطورة والدول النامية.

- انتشار تقنية المعلومات في الدول المتطورة وانخفاض تكاليف هذه التقنية وذلك بفضل تطور البنى التحتية لشبكات الاتصالات وكذلك انخفاض اسعار الاجهزة.

- تكاليف الارتباط بالانترنت عالية وذلك لاعتمادها الوقت كقاعدة لاحتساب تكلفة الاتصال بالانترنات وبين تلك الدول التي اصبحت تكلفة استعمال الانترنات فيها منخفضة.

- الى جانب ذلك يحتل عامل اللغة مكانة متقدمة بين الاسباب التي ادت الى اتساع الفجوة الرقمية، حيث تشير الاحصائيات الى أن 78 % من المواقع على الشبكة العنكبوتية تستعمل اللغة الانكليزية كما أن 96 % من

1 ـ أنظر: نبيل علي، نادية حجازي، الفجوة الرقمية - رؤية عربية لمجتمع المعرفة، سلسلة عالم المعرفة، الكويت 2005.

المواقع التي تعني بالتجارة الالكترونية تستعمل اللغة الانكليزية.

من هنا تبدو جلية الاهمية التي يكتسبها ميدان صناعة المحتوى من حيث انه يتمكن من ايجاد محتوى يتماشى وخصوصيات كل مجتمع.

ولا بد من الاشارة لأهمية وضع الاطر القانونية التي تضمن حقوق وواجبات كل الاطراف المعنية، مما سيساهم في تطوير ودفع استعمال الوسائل والتقنيات الحديثة للاتصالات وذلك بهدف تقليص الفجوة الرقمية.



هرم الفجوة الرقمية

Pyramide de la fracture numérique

406 ـ فريدو المواقف Who have allness attitude- Qui ont une attitude singuliere

مجموعة من الناس تعتقد أنها تعلم كل شيء، حول قضية معينة أو شخص محدد وهذا من شأنه أن يجعل الإتصال أكثر صعوبة.

407 ـ فضاء وسائل الإعلام*

Médiasphère- Mediasphere

الفضاء الذي تترابط فيه وسائل الإعلام بالعمليات الإجتماعية، وكل العوامل التي تؤثر على هذه العلاقة الترابطية بصفة مباشرة وغير مباشرة.

408 ـ فضاء افتراضي* Cyber- Cyberspace - espace

الفضاء الذي تتواجد فيه المعلومات الإلكترونية، وتتم فيه مجمل الأعمال الالكترونية من بحث وتبادل وتحاور.. في اللغة الفرنسية مثلاً، يوصف متصفحو المواقع الالكترونية بأنهم "انترنوت" Internautes، أي أنهم رواد فضاء الإنترنت.. من اتصال عقلين اصطناعيين يقومان على فكرة محاكاة الذكاء الانساني والتشبيه عليه، وُلد فضاء افتراضي مملوء بتلك العقول المحاكية.

¤ في عام **1969**، أدَت «وكالة مشاريع البحوث المتقدمة في الدفاع العسكري» (تعرف باسم «داربا» **DARPA**، اختصاراً لعبارة **Defense Advanced Research Projects Agency**)، دور القابلة في ولادة ذلك الفضاء الإفتراضي، لأنها قادت فريق كلاينروك وموّلته، ثم استعملته في ولادة أول فضاء افتراضي في التاريخ، عبر شبكة "أربانت" التي ربطت بين الصواريخ الاستراتيجية الحاملة للرؤوس النووية ذات الدمار الشامل. ثمة قوة وعنف هائلان كانا مضمرين

في ولادة الفضاء الافتراضي الرقمي، مثل خفاء صراع القوى الهائل في ألق الاحتفال بالسير الأسطوري على القمر. استطرادًا، يقفز إلى الذهن فوراً وصف العنف بأنه قابلة التاريخ، وقد وصل إلى ماركس من هيغل، لكن الماركسيين لم يفهموا العنف إلا بأشكاله الأكثر رداءة. وأيضًا، ساهمت "داربا" في إعطاء البشر مكانًا "شبيهًا" في الفضاء. إذ أنشأت تلك الوكالة نفسها في عام **1957** للردِ على

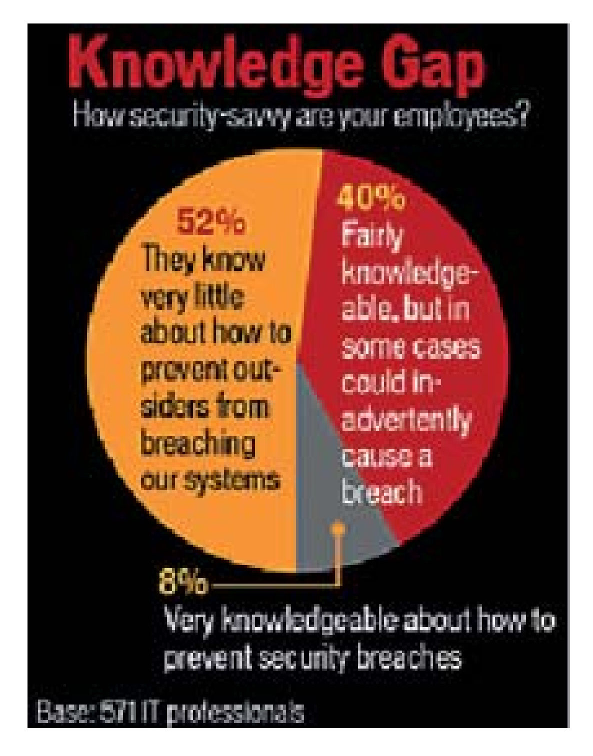


رسم كاريكاتوري يمثل التثاقف

Dessin caricatural représentant l'acculturation

التحدي الذي رمى قفازه الإتحاد السوفياتي في وجه أميركا، عندما أطلق القمر الاصطناعي الأول "سبوتنيك"، فكانت نقطة انطلاق لمشاريع في الفضاء[1].

سرعان ما ظهر قلق حقيقي، لمحه المفكر الفرنسي جان بودريار في كتابه "النسخ الشبيهة والمحاكاة" بحكمة توراتية منسوبة إلى الملك سليمان: "إن النسخة الشبيهة لا تخفي الحقيقي البتة، بل إن الحقيقي هو الذي يخفي واقع عدم وجود شيء حقيقي. إن النسخة الشبيهة هي حقيقية". جعل بودريار من تلك العبارة، مدخلاً لشرح مفهومه عن «الواقع الفائق» Hyper Reality، الذي يصف العيش الحاضر المتمازج بين الإفتراضي والحقيقي. امتلأ الفضاء الافتراضي سريعًا بالذكاء البشري فعليًا، وصار مساحة للتلاعب والتفاعل بين الذكاء التشبيهي للفضاء الافتراضي وعقول البشر.



رسم الفجوة الرقمية

Knowledge gap

ثمة مثال شديد السخونة عن عيش الواقع الفائق حاضرًا، المملوء بالتفاعل وتبادل الأدوار بين الحياة في فضاء الإنترنت والإنسان نفسه، هو مواقع المحاكاة

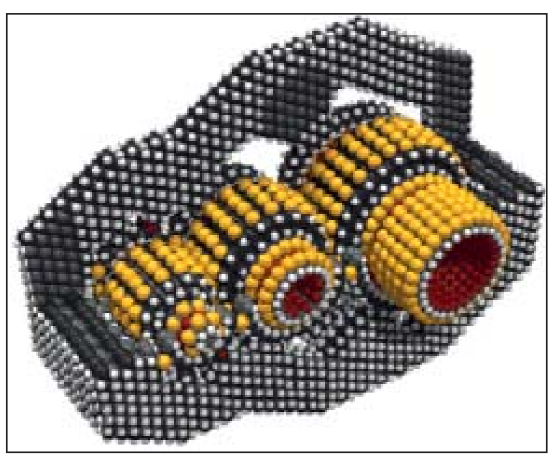
1 ـ نبيل علي، نادية حجازي، المصدر نفسه

الافتراضية (أو التشبيه الافتراضي) مثل موقع "حياة ثانية" Second Life. يشبه الأمر افتتاح تاريخ جديد لعلاقة غير مسبوقة بين الإنسان و"فضاء ذكائه" في زمن ما بعد الحداثة.

رأى الفيلسوف مارتن هايدغر في كتابه "الكائن والزمان"، أن ماهية التقنية ليست شيئًا تقنيًا على الإطلاق، ولا تُدرك علاقتنا بماهية التقنية، طالما اقتصرنا على تمثُلها والإنبهار بها وممارستها، وعلى محاولة التلاؤم معها أو الهروب منها. شدَد هايدغر على أن تصوُر التقنية كشيء حيادي، يمثل استسلامًا بائسًا للعقل أمامها، لأن هذا التصوُر الذي يحظى بمكانة محبَبة في المجتمعات ما بعد الصناعية، يجعلنا غير مبصرين تمامًا تجاه ماهية التقنية[1].

إذن، فبالتحرُر من الفضاءين، يمكن العثور على خيط البداية في الإجابة عن ماهية الحدثين وعلاقاتهما المتشابكة، وتاليًا، العثور على البنية الخيالية التي تربطهما بعالم ما بعد الحداثة الذي يبدو كأنه وُلد منهما.

من المستطاع الزعم أن مفهوم الافتراضي رقميًا، وفق المعنى الذي أبرزته الإنترنت إلى الوجود، وكما يظهر في المحاكاة الإفتراضية Virtual Simulation، وبما يقدِمه من توسيع انفجاري لمفهوم "الممكن"، يشكِل الخيط الذي يصل بين الروبوت والجينوم والنانوتكنولوجيا Nanotechnology والمفهوم المعاصر عن الفضاء. كذلك يقف الإفتراضي في قلب ما يظهر في "الواقع الفائق" من تظاهرات مثل الرواج الانفجاري للشبكات الاجتماعية على الإنترنت، وتجذُر ظاهرة العيش الإفتراضي ومواقعه إلى درجة تناوله في دراسات إجتماعية باعتباره "عيشًا إنسانيًا"، والعودة "الملتبسة" لأشكال كانت مكبوتة من اللاعقلانية، ابتداء بالتباس تدريب إرهابيي تنظيم "القاعدة" على برنامج الطيران الإفتراضي "فلايت سميولايتر"، وصعود التنجيم، وعلم الأنساب "جينولوجيا"، وارتفاع نبرة الإنتماء إلى العرق واللون والعشيرة وتفكك الفردية العقلانية لمصلحة فردية ملتبسة تمتصها قوى لاعقلانية منفلتة وغيرها[2]..



تكنولوجيا النانو

Nano Technology

409 ـ فكر Thinking- Réflexion

مجمـل الأشـكال والعمليـات الذهنيـة التـي

1 ـ نبيل علي، نادية حجازي، المصدر نفسه

2 ـ Voir: Francis Pisani et Dominique Piotet, Comment le web change le monde- l'Alchimie des multitudes, ed.Village Mondial, Paris 2008, http://www.alchimiedesmultitudes.atelier.fr/

يؤديها عقل الإنسان، والتي تمكنه من تكوين نموذج العالم الذي يعيش فيه، وبالتالي تمكنه من التعامل معه بفعالية أكبر لتحقيق أهدافه وخططه ورغباته وغاياته.

هناك العديد من المصطلحات المرتبطة بمفهوم الفكر مثل الإدراك، الوعي، شدة الإحساس، الخيال...

وعملية التفكير تتضمن التعامل مع المعلومات، كما في حالة صياغتنا للمصطلحات، والإسهام في عملية حل المشكلات، والاستنتاج واتخاذ القرارات.

ويعتبر التفكير أعلى الوظائف الإدراكية التي يندرج تحليلها وتحليل العمليات التي تسهم في التفكير ضمن إطار علم النفس الإدراكي Cognitive psychology.

410 ـ فكرة* Idea – Idée

شكل من الأشكال أو عملية من العمليات الذهنية التي يؤديها عقل الإنسان ليتمكن من تحقيق أهدافه وخططه ورغباته وغاياته.

411 ـ فلترة الكترونية Censorware* – Filtrage

نظام الفلترة في البريد الالكتروني، هو أشبه بفرع جمارك حدودي مهمته تفتيش كل الرسائل الواصلة إلى البريد وتوقيف أي رسالة تحمل صفة معينة، ثم تطبيق أي أمر تم اختياره على هذه الرسالة الموقوفة (مثل إطلاق سراح ، تصفية ، تهجير ، حجز ضمن تصنيف ..).

الفن المصري

Egyptian art

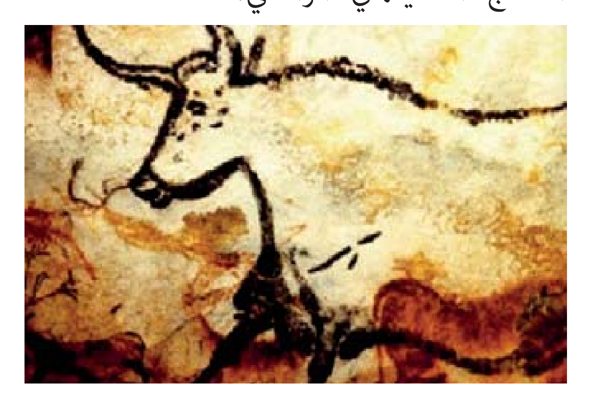
412 ـ فن* Art – Art

هو نشاط إنساني تميز به البشر دون سائر المخلوقات، وهو علامة من علامات القدرة على الإبداع الذهني والحسي لدى الإنسان، يتطلب إتقان مهارات معينة لإنتاج أعمال تتميز بالقيمة الجمالية.

والقيم الجمالية قناعات نسبية وضعها الإنسان بالتماهي مع جملة من القيم والأفكار والمعتقدات التي تتطور وتتغيير في الزمان والمكان، ولكنها تبقى المحرض الرئيسي للإبداع والمعيار الذي يحدد المسارات التعبيرية التي يسلكها الإبداع الفني عبر العصور.

¤ قسم الفن بحسب وظيفته وأنماط تعبيره الى سلسلة من التقسيمات عبر العصور لتسهيل دراسته وتصنيفه، وتذوق نتاجه وفهم مقاصده ومضامينه وأبعاده، ومنها أعتبار

الفنـون مـن حيـث تنوعهـا سـبعة أقانيـم تبـدو مسـتقلة في نتاجهـا، متداخلـة في مقاصدهـا وأهدافهـا وتقاطعاتهـا النظريـة والتقنيـة وبعـض موادهـا وفي أدوارهـا ووظائفهـا، وهـي: فـن العـمارة، وفـن النحـت، فـن الرسـم والتصويـر، وفـن المسـرح، وفـن الشـعر، وفـن الموسـيقى. وقـد اضيـف اليهـا فـن السـينما في أواسـط القـرن المـاضي، بعـد أن حقـق حضـوراً فنيـاً وجماليـاً باهـراً، وبعـد أن غـدا ميدانـاً لإسـهامات جملـة مـن الفنـون عـلى أرضيـة النتـاج السـينمائي الراقـي.



رسومات مغارة لاسكو

Grotte de Lascaux

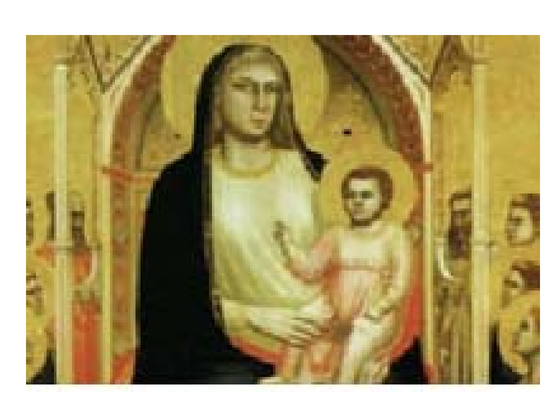
وقد برز على الساحة الجمالية مصطلح الفنون الجميلة في مرحلة تأسيس الأكاديميات الجامعية في الغرب في محاولة للإنتقال بالفنون من حالة المحترفات الحرة والتكوين الحرفي الى مستوى إعتماد التكوين الأكاديمي المنهجي في تعليم الفنون. وباتت الفنون الجميلة مادة للتخصص الجامعي في مختلف تخصصاتها. غير أن ثورة الحداثة منذ أواخر القرن التاسع عشر أخذت في طريقها فيما أخذت جملة من المفاهيم والتصنيفات المعتمدة، الى أن ولدت في فترة الستينات من القرن الماضي، انماط جديدة من التعبير الفني امتازت بالتحرر من القيم السائدة والمواد النبيلة واستعمال مواد جديدة، وصلت الى حد تدوير النفايات والإنفتاح على معطيات التكنولوجيا بدون تحرج جمالي. هكذا ولد مصطلح الفنون التشكيلية Arts Plastiques في ستينات القرن الماضي ليتحول الى عنوان عريض تنضوي تحته كافة الفنون المعروفة حتى ذلك التاريخ، مضافاً اليها مستجدات التعبير التي ارتقت بحسب رأي النقاد الى مستوى الإبداع الفني ومنها فنون التصوير الضوئي والرقص التعبيري والاوبرا.

وقـد قسـم الباحثـون المراحـل الفنيـة الاوروبيـة الى حقبـات وعصـور تاريخيـة، بـدأت مـع العصـور القديمة مـن الفـترة اليونانيـة الى العصر الروماني وعـصر النهضة الإيطاليـة. ومـن الممكـن التأريـخ للنهضـة الفنيـة في الغـرب، التـي واكبـت عصر الإنبعـاث النهضوي الشـامل وتجلـت بالنهضـة العمرانيـة والفنيـة الكـبرى وكان مـن أشـهر فنانيهـا ليونـاردو دافنتـشي ومايـكل أنجلـو ورافايـل Leonardo de Vinci, Michelangelo, Raphael في القـرن الخامـس عـشر، والتـي وضعـت

الأسـس التـي سـار على نهجهـا الفـن الغربي حتـى نهاية القـرن الثامـن عـشر. فقـد مـر الفـن في هـذه المرحلـة بحقبـات مهمـة كان منهـا فـن البـاروك Baroque والروكوكـو Roccoco والمانياريسـم Maniérisme والنيوكلاسيسـم Néoclassisme مـع فنـان الثـورة الفرنسـية دافيـد David.

ما لبث أن انطلقت حركة الإستشراق الفني الذي انفتح فنانوها بشهية عامرة شكلاً ولوناً نحو الشرق وكان من أشهر فناني هذه المرحلة دولاكروا Delacroix ودافيد روبير David Robert، ومنذ أواسط القرن التاسع عشر بدأت حقبة جديدة تلوح في الأفق إثر الإكتشافات العلمية، وتطور حركة البورجوازية، والإنتقال الى المجتمع الصناعي على قاعدة الآلة البخارية واكتشاف الكهرباء، والتطور العلمي في كافة الميادين وخصوصاً في علم البصريات الذي أثر بشكل إيجابي على النتاج الفني، وأطلق الحداثة الفنية بقوة وفق مفاهيم عصرية سعت للتأسيس لفن حديث مواكب للتطور العلمي جعل من التجارب الماضية جزءاً من الماضي الثقافي للغرب.

والحداثة هي حركة تطور ثقافية وإجتماعية وإقتصادية شاملة طالت اوروبا وأميركا وما لبثت أن شملت كافة أرجاء المعمورة، ليصبح بعدها من الجائز الحديث عن الحداثة بإعتبارها حركة مركزية



الفن القوطي

Le Gothique



عصر النهضة

La Renaissance



الفن النهجي

Le Maniérisme



مدرسة كارافاجيو

Le caravagisme

رسمت حدود ما قبلها وحددت معالم الطريق بعدها.

انطلقت الحداثة الفنية مع حركة الإنطباعية عام 1868 مع إدوار مانيه Manet Edouard الذي اتهم بكسر التقاليد الفنية من خلال لوحته الغذاء على العشب، ومن ثم انطلقت التسمية إثر المعرض الفني لجماعة المرفوضين وكان عنوانه "إنطباع شروق شمس"، ما لبث أن تحولت تلك العبارة الى اسم لمسمى هو بداية حركة فنية ثارت على المفاهيم الرومنطيقية السائدة، واتجاهات الفن الواقعي الذي انتشر في اوروبا بعد الثورة الفرنسية عام 1789. ومن أشهر فناني المرحلة بول سيزان الذي يعتبر بحق أبا الفن الحديث والذي قال" كل شيء في الطبيعة يمكن أن يعود الى أصله الهندسي من خلال المكعب والكرة والمخروط". أما اوغست رونوار Renoir فقد ركز دراساته الفنية على الطبيعة والمنظر الطبيعي فجاءت لوحاته سجلاً للحياة الفرنسية وتبعه في الخط نفسه مانيه الذي ركز على حركة الضوء وتجلياتها في المكان، أما ديغاDegas فقد اهتم برسم راقصات البالية وكان أول فنان اهتم بالحركة على سطح اللوحة.

مع بداية القرن العشرين، سجلت الحداثة انتصاراً جمالياً بدأ يطلق المتغيرات الجمالية في التفكير الفني مؤسساً لعصر جديد هو عصر اللون والتجريب الفني، حيث غدت



الفن الباروكي

Le Baroque



الفن الكلاسيكي

Le classicisme



فن الروكوكو

Le rococo



الفن الكلاسيكي الجديد

le Néo-classicisme

الدراسات اللونية عماد التجارب الفنية لكافة الفنانين الفرنسيين، وما لبثت تلك المفاهيم أن وجدت صداها في أغلب بقاع المعمورة. وقد أسهمت الإنطباعية في تغيير النظرة الجمالية للفن، وأطلقت تجارب المحترفات في علاقتها مع الطبيعة الى أوسع مدى بلغته حركة فنية في تاريخ الفن. وقد واكب ذلك نشاط نقدي وحراك بحثي واسع أشاع الحرية الفنية الكاملة للفنان في التعبير عن الواقع، وتحولت التكنولوجيا خصوصاً في التعامل مع المواد المستعملة على سطح اللوحة الى قضية هامة فتحت الطريق أمام خصوصية الفنان في اسلوبه وخياراته في التعاطي مع المادة بحرية غير مسبوقة. وتحولت تلك الحرية الى حرب حقيقية مع الموروث الفني في المفاهيم والمواضيع وأساليب المعالجة. وقد أدى هذا الحراك الى ظهور مدارس فنية عدة متسارعة متنافسة لتحقيق أهدافها في التأسيس لجمالية جديدة تواكب الحراك الثقافي والفني للقرن العشرين. ومن تلك المدارس: ما بعد الإنطباعيةPost-Impressionisme، والدادائية Dadaisme، والوحشية Fauvisme التي مثلها هنري ماتيس Matisse الذي تأثر بالزليج المغربي والأربسك، وفان غوخ Van Gogh في نكهة جنحت نحو الواقعية التعبيرية.

وقد ولد فن الملصق في فترة ما بين الحربين للتعبير عن مآسي الحروب، وما لبث



الفن الرومنسي

Le Romantisme



الاستشراق الفني

L'orientalisme



ما بعد الرفائيلية

Les Préraphaélites



مدرسة باربيزون

L'Ecole de Barbizon

أن ظهرت المدرسة التكعيبية على يد براك وبيكاسو Georges Braque et Pablo Picasso في توجه فني جديد هدفه كسر المنظور التقليدي للرؤية وتحطيم المرئيات، عبر صياغتها في أشكال ذات قيم هندسية أطلقت فيما بعد العنان للبنائية كإتجاه فني يقوم على تحليل المرئيات وإعادة تركيبها وفق تصور الفنان. أما السوريالية فقد ذهبت الى عالم الشعور متأثرة بالفلسفة المعاصرة من وجودية وداروينية، بعد إدانة الواقع الذي قاد الى الحروب، وغاصت في ما وراء الواقع بحثاً عن قيم جمالية جديدة، ومن أشهر فنانيها سلفادور دالي Dali صاحب الرؤية الغرائبية للواقع.

واستمرت مفاهيم الحداثة في التطور حتى ثمانينات القرن الماضي حيث نشأ مصطلح آخر هو ما بعد الحداثة، ليجعل من الحداثة شيئاً من الماضي وليفتح الطريق الى أوسع مدى من الحرية حيث ارتبط الفن بدواخل الفنان وتحول الى حالة تعبيرية ذاتية يسعى الفنان الى تعميمها وفق منهجيته واسلوبه وتجربته الشخصية.

منذ ثمانينات القرن الماضي وحتى بداية الألفية الثالثة عاش الفن حالة من الركود والمراوحة والعودة إلى استقراء السجل الطويل للفن بهدف أطلاق مرحلة جديدة، وتحمل الكثير من النقد الى أن دخل في إطار العولمة الثقافية كإتجاه جديد لتأكيد سيطرة



الواقعية

Le Réalisme



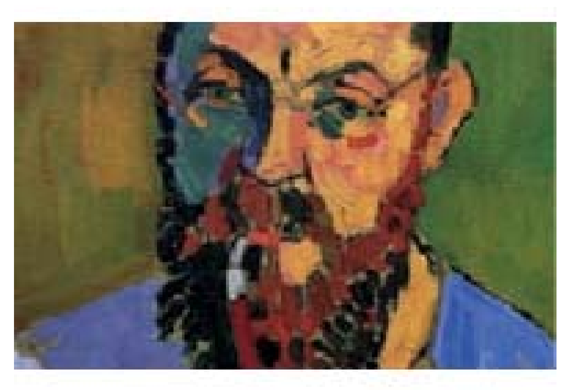
التأثيرية

L'Impressionnisme



التكعبية

Le Cubisme



الوحشيّة

Le Fauvisme

المونوبول على الحراك الفني. ولا يزال الفن ضمن دائرة المراوحة تلك حتى اللحظة، في حراك جديد سببه استثارة عصبيات كثيرة، منها البعد القومي وحوار الحضارات وسعي تلك الحضارات للظهور على مسرح التعبير الفني كمالكة للقيمة الفنية وكمساهمة في حراك التعبير الفني الإنساني[1].



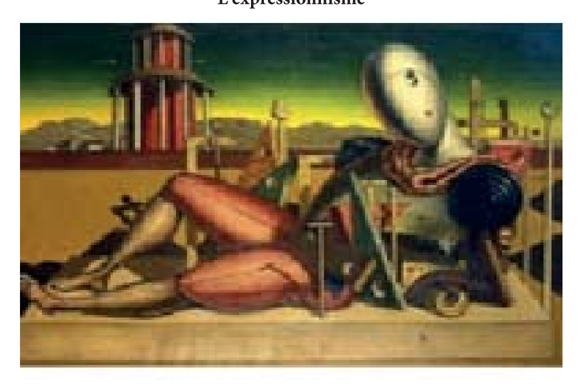
المستقبلية

Le Futurisme



التعبيرية

L'expressionnisme



الرسم الماورائي

La Peinture Métaphysique



السوريالية

Le Surréalisme

413 ـ فيديو* Video – Vidéo

جهاز يستخدم في تصوير الأحداث والمناسبات كالحفلات والاجتماعات واللقاءات، مع الحركة والصوت، حيث يمكن إعادة عرضها لاحقا والاستفادة من تسجيلها، وقد يستخدم في مجال العلاقات العامة كوسيلة دعائية.

414 ـ فيديوتكست Videotext – Vidéotexte

نظام تفاعلي يشبه التيلتكست من حيث استخدامه لشاشة التلفزيون، إلا أن المشاهد في هذه الحالة يتصل بصورة مباشرة عن طريق خطوط الهاتف بحساب مركزي يخزن كماً هائلا من المعلومات، ويطلب ما يريده من هذه المعلومات التي تظهر لاحقا على شاشة التلفزيون، ويتم بين المشاهد وبين الجهاز حوار على هيئة أسئلة وأجوبة تظهر تباعا على الشاشة، ويستخدم المشاهد

1 ـ عدنان خوجه، محاضرات في مادة تاريخ الفن، جامعة بيروت العربية 2012-2013.

لوحة مفاتيح خاصة لتوجيه الأسئلة ومتابعة الحوار وفقا لبرنامج معين وطلب عرض ما يريده.

215 ـ فيلم إعلامي* Information film - Film d'information

نوع من الأفلام الثقافية، يغلب عليه جانب التوجيه والإرشاد، وتعبئة الشعور العام أو توعية الرأي العام بقضية من القضايا الاجتماعية، أو بفكرة من الأفكار الجديدة، ولا يعني هذا أن يكون جافا غير مسل أو غير مفهوم.

416 ـ فيلم سينمائي* - Motion picture Projection animée

سلسلة من الصور المتوالية الثابتة عن موضوع أو مشكلة أو ظاهرة معينة، مطبوعة على شريط ملفوف على بكرة تتراوح مدته بين 10 دقائق وساعتين، حسب موضوعه والظروف التي تحيط به، ويعد وسيلة هامة من وسائل الاتصال التي يمكن استخدامها لتوشيح وتفسير التفاعلات والعلاقات المتغيرة في مجالات كثيرة ومع فئات وأعمار مختلفة.

417 ـ فيلم وثائقي* - Documentary film Film documentaire

كافة أساليب التسجيل على فيلم لأي مظهر للحقيقة، يتم عرضه إما بوسائل التصوير المباشر أو باعادة بنائه بصدق وعند الضرورة، وذلك لحفز المشاهد الى عمل شيء ما، أو لتوسيع مدارك المعرفة والفهم الإنساني، أو لوضع حلول واقعية لمختلف المشاكل في مجال الاقتصاد أو الثقافة أو العلاقات الانسانية.

418 ـ فهم* – Understanding Compréhension

القوة الذهنية أو الملكة التي تدرك العلاقات المنطقية.



419 ـ قابلية التصديق* – Credibility
Crédibilité

درجة قبول المستقبل للرسالة والمحتوى الإعلامي الذي يرجع إلى درجة قوة تأثير الرسالة.

420 ـ قابلية للاقناع -*Persuability
Persuadibilité

قدرة مستخدم وسيلة إعلامية ما على تقبل التأثير عليه بواسطة الإيحاء بالتفكير في شيء ما أو بفعل شيء ما. وعوامل التأثير تتعلق من جهة بالاستعداد النفسي لمستقبلي الرسائل ومن جهة أخرى بتنوع فعالية الرسائل بحسب طريقة عرضها.

421 ـ قارئ نشيط* - Lecteur Active reader
actif

الشخص الذي لا يقرأ النص كما هو مقدم، بل وفق منطلقاته وعلى طريقته، وبالتالي يتجاهل تنبيهات ونوايا الكاتب في القالب المقدم.

422 ـ قالب جامد* Stereotype – Stéréotype

مجموعة من التعليمات المتحيزة والمبالغ فيها عن موضوع ما، تحولت الى فكرة ثابتة يصعب تعديلها حتى وإن توافرت الأدلة على خطئها.

423 ـ قالب الهرم* The Pyramid model - Le
modèle de la Pyramide

يقوم هذا القالب التحريري على أساس تشبيه البناء الفني للحديث الصحفي بالبناء المعماري للهرم، وقد يكون قالبا هرميا مبنياً على السرد القصصي لكتابة التحقيق الصحفي، أو يكون قالبا هرميا مبنيا على العرض الموضوعي.

في هذا القالب يعرض المحرر القضية أو المشكلة التي يتناولها التحقيق بشكل موضوعي من خلال مقدمة يجب أن يكون الحرص فيها على إثارة اهتمام القراء بالموضوع، وهذه المقدمة يمكن أن تأخذ عدة أشكال، منها القيام بالتركيز على الزاوية الأساسية لموضوع التحقيق في حين يتم عرض كل زاوية من هذه الزوايا بالتفصيل في جسم التحقيق، أما الخاتمة فيوضع فيها خلاصة النتائج التي توصل إليها المحرر، وهناك أيضاً المقدمة القصصية التي تستهدف إثارة عواطف القارئ وتعاطفه مع موضوع التحقيق.

وأبرز الأشكال التي يأخذها هذا القالب في كتابة التحقيق الصحفي يقوم على طرح مجموعة من الأسئلة التي تثير اهتمام القارئ بالموضوع، ثم يقوم الكاتب بعد ذلك بالإجابة عن كل سؤال أو تساؤل منها في جسم التحقيق من خلال عرضه المعلومات والوقائع والبيانات التي حصل عليها، وكذلك من خلال عرضه للمقابلات الصحفية التي أجراها مع الشخصيات

التي ترتبط بالموضوع، ثم أيضاً من خلال البيانات والمعلومات التي جمعها عن الموضوع من أرشيف المعلومات في الصحيفة أو من المكتبة. أما خاتمة هذا التحقيق فهي تقدم خلاصة مختصرة للنتيجة أو النتائج التي توصل إليها.

يقدم التحقيق الصحفي أكبر قدر من المعلومات عن الحدث، ويمكن أن ينشر في حلقات متسلسلة.

424 ـ قالب الهرم المعتدل المتدرج* The gradual Pyramid model – Le modèle de la pyramide graduée

يقوم على تشبيه البناء الفني للحديث الصحفي بالبناء المعماري للهرم المتدرج حيث يأخذ الهرم شكل المستطيلات المتدرجة، حيث يتكون هنا الحديث الصحفي من ثلاثة أجزاء مقدمة وجسم وخاتمة، فالمستطيلات في جسم الهرم المعتدل المتدرج هي نتيجة المزاوجة بين فقرات التلخيص، وبين فقرات الأقوال المتقبسة من تصريحات الشخصية التي يجري معها الحديث الصحفي.

425 ـ قالب الهرم المقلوب* The inversed Pyramid model – Le modèle de la pyramide inversée

يقوم على أساس تشبيه البناء الفني للحديث الصحفي بالبناء المعماري لهرم مقلوب، حيث ينقسم الحديث إلى جزئين، الأول يشمل المقدمة وهي تحتل قاعدة الهرم المقلوب، والجزء الثاني يشمل نص الحديث وهو يحتل جسم الهرم المقلوب. فتحتوي المقدمة على أهم ما في الحديث من أخبار وآراء، أما الجسم فيضم النص كاملا، وفيه تحتل التفاصيل مكانها من الجسم حسب أهميتها، فتحتل النقاط الأكثر أهمية الأجزاء المتقدمة من الجسم، وتأتي بعدها المهمة ثم الأقل أهمية.

426 ـ قالب الهرم المقلوب المتدرج* The inversed gradual pyramid model – Le modèle de la pyramide graduée inversée

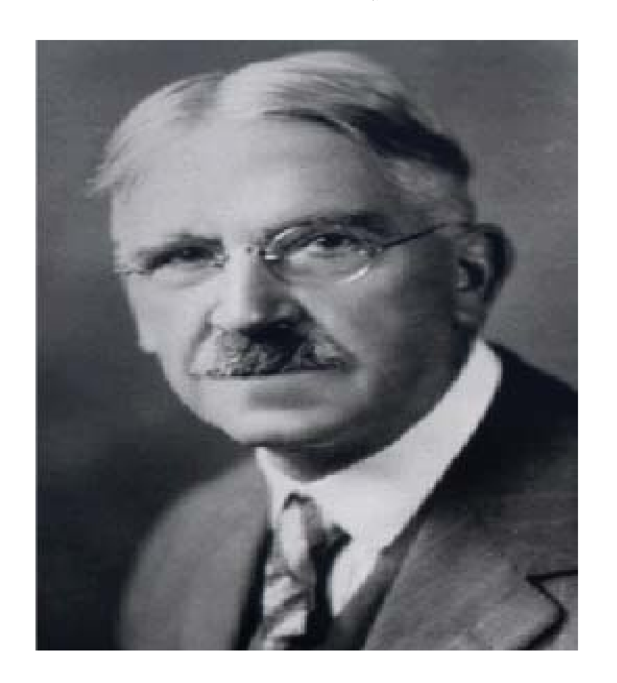
يأخذ هذا القالب شكل المستطيلات المتدرجة على شكل هرم مقلوب، وفي هذا القالب ينقسم الحديث الصحفي إلى جزئين اثنين فقط كما هو الشأن في قالب الهرم المقلوب، الأول يشمل المقدمة وهي تحتل القاعدة وتحتوي على أهم الأخبار والآراء، والقسم الثاني هو النص الذي يحتل الجسم. فيكتب على شكل فقرات متعددة يقوم المحرر في كل فقرة منها بتلخيص جانب من جوانب الحديث، وبين كل فقرة وأخرى يورد نص كلام المتحدث المتعلق بموضوع الفقرة الملخصة، وذلك بشرح معناها أو لتأكيد هذا المعنى في ذهن القارئ أو لإضافة معنى جديد.

427 ـ قائد الرأي* Opinion Leader - Leader d'opinion

شـــخص لـــه تأثـــير عـــلى ســـلوك الآخريـــن،

نتيجـةً لتميـزه مـن نـواح مختلفـة، مثـل شـخصيته، ومهاراتـه، أو اطلاعـه عـلى الشـأن العـام. وغالبـاً مـا يكـون أكـثر اسـتخداماً لوسـائل الاتصـال مـن غـيره.

¤ نشأ هذا المفهوم عن نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين التي اقترحها بول لازرسفيلد.



John Dewey (1859-1952)

428 ـ قبول* Acceptance – Acceptation

عبارة عن خبرة أو مظهر أو سلوك يتميز باتجاه إيجابي نحو مفهوم أو حكم ما.

429 ـ قذف* Deffamation – Diffamation

أن يسند أحدهم إلى الآخرين أمورا من شأنها الإضرار بسمعتهم، ولو كانت صحيحة لأوجبت معاقبتهم أو احتقارهم من قبل الناس.

430 ـ قرار* Decision – Décision

إصدار حكم معين عما يجب إن يفعله الفرد في موقف ما، أو هو عملية اختيار بديل بين مجموعة من البدائل لتحقيق هدف ما خلال فترة زمنية محددة، في ضوء كل من البيئة الداخلية والخارجية المتاحة.



إشارة قرصان

Hacker Signal

431 ـ قرصان Hacker*- Pirate

الشخص الذي يستخدم جهاز الكمبيوتر الخاص به والانترنت للتطفل على نظام كمبيوتر آخر أو دخول موقع دون اذن، والدخول خلسة وبطريقة غير شرعية الى ملفات الآخرين.

هو عادة من هواة التكنولوجيا.

432 ـ قسم التحرير* - Redaction section Section de la rédaction

القسم المختص بكل ما ينشر في الصحيفة من مواد سواء كانت أخبارا أو تحقيقات أو مقالات أو تقارير أو قصصاً، ويضم عادة أقساما أخرى مثل قسم الأخبار وقسم

التحقيقات والقسم الرياضي، وتضم الصحف أكثر من قسم على غرار قسم التحرير مثل قسم الإعلانات، وقسم التوزيع والإدارة.

433 ـ قصة صحافية* Press Story - Récit de presse

التغطية الكاملة للحدث على شكل خبر مطول. فالقصة الصحافية هي القصة الكاملة للخبر وخلفياته، ولا تختلف عن الخبر العادي بمعيار الطول وحده، بل تختلف بتكوينها وبنائها، فهي لا تركز على خبر واحد أو واقعة واحدة بل تذهب إلى خلفيات بعيدة تساعد على تفسير الواقعة أو الحدث، كما يمكن أن تروي أخبارا متعددة مرتبطة بالحدث.

434 ـ قلب الصورة* Reverse - Inverser

عند وقوع جريمة مخجلة تضر بالصورة العامة، تذهب وسائل الإعلام المعادية إلى قلب الصورة، بحيث تجعل من المجرم الضحية ومن الضحية المجرم، أو مرتكب الجريمة يرمي بها بريئاً.

435 ـ قناة* Chanel - Canal

ممر إلكتروني مغناطيسي لنقل برامج التلفزيون، عادة يشار إليها برقم معين على جهاز الاستقبال أو حتى تسمية القناة في حد ذاتها، حتى يتسنى للمشاهد معرفة قناته والبرامج التي يفضل مشاهدتها عليها.

436 ـ قناة الاتصال*

Communication chanel - Canal de communication

الوسيلة التي يتم من خلالها توصيل أو نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل.

437 ـ قيمة* Value – Valeur

الأفكار العامة التي يتشارك فيها الناس حول ما هو جيد أو غير جيد أو خطأ أو صواب أو مرغوب فيه أو غير مرغوب فيه.

إن القيمة وجذورها وتركيباتها، وإن استعملت في أيامنا هذه وبشكل كبير في الاقتصاد والفلسفة، إلا أنها لم تعد تختص بهما بل وجدت لها دوراً محورياً كبيراً في سائر العلوم الاجتماعية والإنسانية كعلم الاجتماع وعلم النفس وعلم الجمال وعلم السياسة والحقوق.

> ¤ كان لهذا الاصطلاح بادئ ذي بدء معنى واضح جداً، وموارد محددة في الاستعمال، ويستفاد منه في تقييم السلع الاقتصادية. وشيئاً فشيئاً ومع توسع البحوث الاقتصادية وتعقد مسائل علومها توسع مفهوم القيمة أيضاً وكذلك موارد استعماله بشكل ملحوظ.

وقد فصل آدم سميث أحد أشهر اقتصاديي القرن الثامن عشر بحث القيمة ومعرفة ماهيتها والمعيار فيها في إحدى أهم نظرياته

الاقتصادية[1].

وفي مرحلة لاحقة قام بعض الفلاسفة أمثال رودولف هرمان لوتز و نيتشه بتوسيع هذا المفهوم بشكل كبير، وقاما بتبديله إلى موضوع هام وأساسي في الفكر الفلسفي.

وتوضيح ذلك أن الفلاسفة ومنذ عهد اليونان القديم، جعلوا بعض المسائل المتنوعة كالحسن والغاية والصحيح والوظيفة مورداً لتأملاتهم الفلسفية وتحت عناوين مستقلة في الظاهر، أما في القرن التاسع عشر ومع توسع طرح هذه المسائل في العلوم المختلفة طرأ تصور جديد يقول بإمكانية كون هذه المسائل جميعاً تتعلق بعائلة واحدة حيث أن هذه المفاهيم تتعرض لمفهوم القيمة و "ما يجب أن يكون" ولا تتعرض إلى الواقعيات و"ما هو موجود" و "ما هو كائن"، وبناء على هذا تشكل فرع جديد باسم "مبحث القيمة" وقد تطرق هذا العلم والذي هو فرع من الفلسفة العملية بشكل كلي إلى تبيين وتحليل ماهية القيمة والمسائل المرتبطة بها[2].

والتمايز والتفاوت بين القيمة الأخلاقية والقيمة الحقوقية غالباً ما يكون في نوع الهدف وطريقة الوصول إليه، لا في أصل وجود الهدف، حيث أن هدف الحقوق هو إقامة النظام والأمن الاجتماعي ولذا فإن الحقوقيين يأخذون بعين الاعتبار في كل زمان ومكان الأسباب الباعثة على الحد من الفساد والتفكك الاجتماعي وتأمين المصالح والنظم الاجتماعية، ومن خلال التناسب بين تلك الأسباب وهذه الأهداف ينتزعون القيم الحقوقية.

وأحياناً قد يراد من القيمة المقياس ككل، وعلى هذا الأساس فما يقع في جهة الإثبات تسمى القيم المثبتة، وما يقع في جهة النفي تسمى القيم السالبة وأما ما يقع في نقطة المبدأ فتسمى القيم الخنثى[3].

438 ـ قياس* Gauging – Enquête

يهدف إلى الحصول على النمط الشائع لمعتقدات الأفراد في المحيط الذي يجري فيه هذا القياس، وتستخدم لقياس الرأي العام طرق عدة كطريقة الاستفتاء وطريقة المسح وتحليل المضمون.

1 ـ أنظر: بدوي عبد الرحمن، موسوعة الفلسفة ج1، 2، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، لبنان، 1984، ط1.

2 ـ نفسه

3 ـ حربي عباس عطيتو و موزة محمد عبيدان، مدخل إلى الفلسفة و مشكلاتها، دار النهضة العربية،ط 1، بيروت 2003 .

✵✵✵

439 ـ كاتب رقمي*-Electronic writer

Ecrivain électronique

كل كاتب يستخدم، بدل الورق، التقنية الرقمية في تدوين كتاباته وإخراجها للقراءة.

وبذلك تنطبق هذه الصفة على من ينشر منتوجه على الأقراص المرنة أو المدمجة كما على من يخرج كتاباته للقراء عن طريق الشبكة العنكبوتية. من هنا، يكون مجموع كتاب الأنترنت "رقميين".

عندما يجري الحديث عن "الكاتب الرقمي"، ربما يكون بديهيا أن المقصود بهذه التسمية هو هذا الكاتب الذي يقف على طرف نقيض من مقابله "الكاتب الورقي". فمن جهة، هناك كاتب يلازم قلعة الورق كتابة وقراءة ولا يتردد إطلاقا على العالم الافتراضي بكتاباته ومشاهده الثقافية، بمعنى أنه غائب غيابا تاما عنه. ومن جهة ثانية، هناك كاتب قد لا يتعامل إطلاقا مع عالم النشر الورقي، وهو دائم الاتصال بالشبكة والحضور فيها أساسا لنشر أعماله والتواصل مع قرائه وأنداده من الكتاب.

من الكتاب الورقيين من تصل أعمالهم إلى الشبكة ولو أنهم لا يتعاملون إطلاقا مع الحاسوب ولا الأنترنت، عبر المواقع الإلكترونية ذات الإصدار المزدوج الورقي والرقمي.

ومن الكتاب والنقاد من يتواجد على موقع إلكتروني شخصي، بل ويكتب في قضايا الأدب الرقمي، ومع ذلك لا يكفي هذا لنعته بالكاتب أو الناقد الرقمي، لأن هذه المواقع تكون بمثابة ما يدخل في باب "مجاراة الوقت" والعمل بما يعمل به الآخرون لا غير، والسعي لإثبات الحضور في الشبكة من أجل التعريف بالنفس وبالإنتاج دون الدخول الى العالم الافتراضي. إنها "مواقع واجهات" sites vitrines كما يسميها البعض. والحال أن الفرق شاسع جدا بين الحضور من أجل الحضور وإطلاق موقع نادرا ما يُحيَن، أو لا يُحيَن، وبين أن يصير التردد على الشبكة ممارسة يومية، لأجل المطالعة والتواصل والنقاش، وربط شبكة واسعة من العلاقات مع الأنداد من الكتاب والباحثين بل وحتى القراء.



الكتابة الرقمية

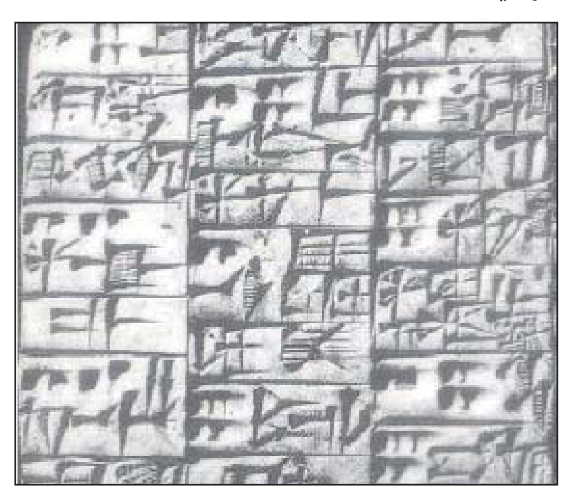
Digital writing

440 ـ كتاب* Book – Livre

مجموعة من الأوراق المطبوعة والمثبتة والموضوعة في غلاف.

441 ـ كتاب إلكتروني* Electronic book - Livre électronique

أي كتاب أو كتيب أو مطبوع بشكل عام يوجد على هيئة رقمية الكترونية، ويمكن توزيعه الكترونيا عن طريق شبكة الانترنت والبريد الالكتروني، والنقل المباشر للملفات أو النقل على أي من الوسائط التخزينية. وتتم قراءة هذه الكتب الالكترونية على الشاشات الخاصة بأجهزة الحاسبات الالكترونية والمساعدات الشخصية الرقمية المختلفة .



الكتابة المسمارية

Ecriture cunéiforme

442 ـ كتابة* Writing – Ecriture

وضع رموز وصور بسيطة على الورق أو غيرها من المواد، وقد تم الاستعاضة بالصور للتعبير عن الكلمات في الشكل الأبجدي الحالي.

¤ مع تطور حياة الإنسان الأول وتكوين المجتمعات البشرية، وجد الإنسان نفسه غير قادر على التفاهم مع الآخرين، فاهتدى إلى اللغة وعايش المجتمعات الأخرى. اخترع الكتابة لحفظ انتاجه الفكري وميراثه الثقافي والعلمي من الاندثار، ولتتوارثه الأجيال اللاحقة.

في سنة 5000 ق م ابتدع الإنسان الكتابة في بلاد الرافدين مع التوسع في الزراعة و بداية ظهور المدن والمجتمعات الحضرية، ورواج التجارة وظهور العربة ذات العجلة والسفن الشراعية، فكانت اللغة أداة اتصال وتفاهم. ظهرت الكتابة على الألواح الطينية Clay tablets باللغة المسمارية عام 3600 ق.م.، وكان ينقش على الطين وهو طري بقلم سنه رفيع، ثم يجفف الطين في النار **أو** الشمس. وأولى هذه المخطوطات اللوحية ترجع لسنة 3000ق.م . وتسبق ظهور الأبجدية منذ 1500 سنة.

ظلت هذه الكتابة سائدة حتى القرن الأول الميلادي، وظهرت أولا جنوب بلاد الرافدين بالعراق لدى السومريين للتعبير بها عن اللغة السومرية، وكانت ملائمة لكتابة اللغة الأكادية التي كان يتكلمها البابليون والآشوريون. وتم اختراع الكتابة التصويرية في بلاد ما بين النهرين قبل العام 3000 قبل الميلاد، حيث كانت تدون بالنقش على ألواح من الطين أو المعادن أو الشمع وغيرها من المواد. وتطورت الكتابة من استعمال الصور إلى استعمال الأنماط المنحوتة بالمسامير التي تعرف بالكتابة المسمارية. وأول كتابة تم

التعرف عليها هي الكتابة السومرية التي لا تمت بصلة إلى أي لغة معاصرة.

وبحلول عام 2400 قبل الميلاد تم اعتماد الخط المسماري لكتابة اللغة الأكدية، كما استعمل نفس الخط في كتابة اللغة الآشورية واللغة البابلية، وهي كلها لغات سامية مثل اللغتين العربية والعبرية. وتواصل استعمال الخط المسماري للكتابة في لغات البلاد المجاورة لبلاد ما بين النهرين، مثل لغة الحطيين (الحيثيين) واللغة الفارسية القديمة، وكانت تستعمل إلى نهاية القرن الأول الميلادي. وتم فك رموز الخط المسماري في القرن التاسع عشر وبذلك تسنى للعلماء قراءة النصوص الإدارية والرياضية والتاريخية والفلكية والمدرسية والطلاسم والملاحم والرسائل والقواميس المسمارية.

ويوجد حوالى 130,000 لوح طيني من بلاد الرافدين في المتحف البريطاني. وكانت الكتابة المسمارية لها قواعدها في سنة 3000 ق.م. إبان العصر السومري حيث انتشر استعمالها. فدون السومريون بها السجلات الرسمية وأعمال وتاريخ الملوك والأمراء والشؤون الحياتية العامة كالمعاملات التجارية والأحوال الشخصية والمراسلات والآداب والأساطير والنصوص المسمارية القديمة و الشؤون الدينية والعبادات. وأيام حكم الملك حمورابي (1728 – 1686 ق.م.) وضع شريعة واحدة تسري أحكامها في جميع أنحاء مملكة بابل . وهذه الشريعة عرفت بقانون حمورابي الذي كان يضم القانون المدني والأحوال الشخصية وقانون العقوبات. وفي عصره دونت العلوم. فانتقلت الحضارة من بلاد الرافدين في العصر البابلي القديم إلى جميع أنحاء المشرق وإلى أطراف العالم القديم. وكان الملك آشوربانيبال (626-668ق.م.) من أكثر ملوك العهد الآشوري ثقافة. فجمع الكتب من أنحاء البلاد وخزنها في دار كتب قومية خاصة شيدها في عاصمته نينوى بالعراق. وجمع فيها كل الألواح الطينية التي دونت فوقها العلوم والمعارف والحضارة العراقية القديمة. وكان البابليون والسومريون والآشوريون بالعراق يصنعون من عجينة الصلصال Kaolin (مسحوق الكاولين) ألواحهم الطينية الشهيرة التي كانوا يكتبون عليها بآلة مدببة من البوص بلغتهم السومرية، فيخدشون بها اللوح وهو لين، بعدها تحرق هذه الألواح لتتصلب[1].

والكتابة في أوربا بدأت على شكل صور تعبر عن الحياة اليومية، كبعض النقوش والصور التي عمرها 35000 سنة كما وجدت في كهوف «لاسكو» في فرنسا و«التميرا» في إسبانيا. وكانت لغة مصورة في شكلها البدائي. وقد كانت الكتابة في بداية عهدها عبارة عن صور توحي تماما بما رسم فيها. ثم تطورت إلى صور رمزية توحي بمعنى معين. وكانت هذه الرموز يصعب فهم العامة لها، فلجأوا إلى استعمال رموز توحي

---

1 ـ Voir: Marcel Cohen et Jérôme Peignot, Histoire et art de l'écriture, Bouquins, Robert Laffont, Paris 2005.

بأصوات معينة، وهذه الرموز الصوتية كانت خطوة أساسية في نشوء الأبجدية وفي تطوير الكتابة فيما بعد.



الكتابة الهيروغليفية

Ecriture hiéroglyphique

وظهرت اللغة الهيروغليفية hieroglyphs لأول مرة في مخطوط رسمي ما بين عامي 3300 ق.م. و3200 ق.م.، وكان يسمى هيروغليفي. وكلمة هيروغليفية تعني بالإغريقية نقشاً مقدساً "carving sacred". وفي هذا المخطوط أستخدمت الرموز فيه لتعبر عن أصوات أولية. وأخذت الهيروغليفية صورها من الصور الشائعة في البيئة المصرية. وكانت تضم الأعداد والأسماء وبعض السلع. وفي عصر الفراعنة إستعملت الهيروغليفية لنقش أو زخرفة النصوص الدينية على جدران القصور والمعابد والمقابر وسطح التماثيل والألواح الحجرية المنقوشة والألواح الخشبية الملونة، وظلت الهيروغليفية ككتابة متداولة حتى القرن الرابع ميلادي. وظهرت الهيراطيقية Hieratic كنوع من الكتابة لدى قدماء المصريين، وهي مشتقة من الهيروغليفية. لكنها مبسطة ومختصرة، وهي مؤهلة للكتابة السريعة للخطابات والوثائق الإدارية والقانونية. وكانت هذه الوثائق تكتب بالحبر على ورق البردى. وظلت هذه اللغة سائدة بمصر حتى القرن السابع ق.م. بعدما حلت اللغة الديموطقية محلها.

ابتكر الفينيقيون سكان السواحل الشرقية لحوض البحر الأبيض المتوسط، حوالى سنة 1100 ق.م، الكتابة الفينيقية واستمدوها من الكتابة السومرية والمصرية القديمة. فابتكروا الأبجدية الفينيقية وجعلوا لها حروفا وكل حرف يمثل صوتا معينا. وهذه الحروف أصبحت سهلة الكتابة. وكانت اساسا للكتابة في الشرق والغرب بالعالم القديم. وعندما طور الإغريق أبجديتهم التي نقلوها عن الفينيقيين حوالى سنة 403 ق.م .، أصبحت أساسا للأبجدية في الغرب، حيث أخذ الرومان أبجديتهم عنها، فأخذوا منها حروفا وادخلوا عليهاحروفا أخرى. و سادت الأبجدية الرومانية واللغة اللاتينية بلاد أوربا إبان حكم الإمبراطورية الرومانية. وكان للإنكا بالمكسيك نظام كتابة يطلق عليه كويبي quipu وهو سلسلة من الخيوط القصيرة والمعقودة كانت تعلق على فترات بحبل معلق طويل. وكانت الخيوط مختلفة الألوان، والخيوط من نوع واحد. و من خلال مسافات هذه الخيوط والعقد إستطاع الإنكا تسجيل السكان والقوات والضرائب والجزية والمعلومات عن الأساطير والإنجازات.

وكانت الكتابة لدى الأزتك بأمريكا الوسطي عبارة عن كتابة بيكتوجرافية حيث كانت تكتب برسم أو نقش الصور لتعبر عن الحروف أو صور صغيرة ترمز للاشياء ومقاطع الأصوات syllables. ولا يمكن للبكتورافية التعبير عن أفكار تجريدية abstract ideas، لكنها كانت مفيدة في تدوين التاريخ والاتصال في شؤون الأعمال وإثبات الملكية للأراضي وحفظ الأنساب.

عرفت اللغة المروية من عدة كتابات أثرية وُجدت في وادي النيل ما بين أسوان شمالاً وسوبا جنوبـاً. وكانت هذه اللغة تكتب على نهجين هما الهيروغليفية المروية، والديموطيقية المروية (الكتابة بالصور والكتابة بالحروف. وتتكون الحروف الهجائية للغة المروية من ثلاثة وعشرين حرفـاً، منها أربعة حروف معتلـة، وتسعة عشر حرفـاً من الحروف الساكنة، ولم تُحل رموزها حتى الآن. واللغة المروية تنتمى إلى اللغات الحامية مثل النوبية القديمة واللغات البربرية في شمال أفريقيا واللغات الحامية في شرق أفريقيا مثل البجة والغـالا والصومال .وبعد أن أفل نجم مروي حلت اللغة النوبية محل اللغة المروية في السودان ووادي النيل، ولما وصل المبشرون السودان واعتنق أهله الديانات المسيحية رسميـاً في منتصف القرن السادس ، كُتبت اللغة النوبية بالأبجدية القبطية التي أضاف اليها النوبيون ثلاثة حروف لأصوات لا توجد في اللغتين القبطية والإغريقية وعليه فقد استعملوا أربعة وثلاثين حرفـاً لكتابة هذه اللغة . تجدر الإشارة إلى أن اللغة النوبية مستعملة إلى يومنا هذا بلهجات ثلاث:

الكنزية / المحسية / الدنقلاوية. وكان قدماء المصريين والإغريق والرومان يمارسون النساخة للكتب والوثاق بخط اليد بالريشة أو القلم بعد غمسهما في الحبر السائل ليكتب بها فوق ورق البردي .أو فوق الأوستراكا Ostraca Ostrakon وهي عبارة عن شقفة من الفخار كانت تستخدم في الكتابة عليها لدى قدماء المصريين والإغريق.ووجد مدون عليها سجلات بأسماء المنفيين من أثينا . كما دونت عليها نصوص قصيرة، وكان العامة يفضلونها على ورق البردي الذي كان مرتفع الثمن. وكان قدماء المصريين يستخدمون الشقف لهذا السبب. وظل هذا الأسلوب في النسخ اليدوي متداولا حتى أيام العرب حيث كانوا يكتبون كلماتهم فوق الرق والجلد والعظام. وعرفت الكتب بالمخطوطات Manuscripts، وفي روما كانت عملية النسخ لعدة طبعات بواسطة العبيد المتعلمين literate slave. وفي القرن الثاني م. كان الصينيون قد اخترعوا طريقة لطباعة الكتب. وهذه كانت تطورا للطباعة التي كانت تمارس من خلال طبع الرسومات والتصميمات على القماش منذ القرن الأول م .. ومما سهل الطباعة لدى الصينيين إختراعهم لصناعة الورق عام 105 ق.م. وإنتشار الديانة البوذية بالصين. وكانت مواد الكتابة وقتها السائدة في العالم الغربي القديم ورق البردي، papyrus والرق vellum (جلد رقيق) وهما لا يلائمان الطباعة. لأن ورق البردي هش،

والرق كان يؤخذ من الطبقة الداخلية لجلد الحيوانات الطازج وكان مرتفع الثمن. لكن الورق متين ورخيص.



ورق البردى

Papyrus

اشتهرت مصر القديمة بصناعة ورق البردي papyrus الذي كان يصنع من نبات البردي (Cyperus papyrus) الذي كان يزرع بوفرة على ضفتي النيل منذ ايام قدماء المصريين. حيث كانوا يصنعون منه منذ 4000 سنة ق. م. ورق البردي الشهير الذي كانوا يصدرونه لمعظم بلدان العالم القديم. وكان يستخدم في الكتابة، وطول الصفحة 30سم وعرضها 20سم. وكان طول اللفافة (الطومار) من 6 - 10 متر. وكان الطومار يصنع بلصق الورق معا. وكان يلف حول لوح خشبي أوقضيب من العاج. وكانت الصفحة تصنع من شرائح طولية من سيقان النبات. وكان الفينيقيون يتاجرون به ويستعملونه منذ سنة 1100ق،م فكانوا يصدرونه للإغريق منذ سنة 900ق.م. . وإبان الإمبراطورية الرومانية كانت مصر تصدر منه حصصا منتظمة لروما حتى لا تشل بها الحركة الثقافية والإدارية[1].

443 ـ كعك * Cookie- Cookie

الملف الذي ينشئه الموقع على شبكة الويب، من أجل تعريف الزوار وأنشطتهم المحتملة، على هذا الموقع. وهو أيضا معلومات شخصية حول المستخدم الذي يتم قبوله بصفة تلقائية، ويتم استعراض وتخزين معطياته.

444 ـ كفاءة الوسائل الإعلامية*

Media efficiency- Efficacité des médias

الوصول الى العدد الأكبر الممكن من الجماهير بأقل التكاليف الممكنة .

445 ـ كلمة* Word - Mot

أصغر وحدة في اللغة يمكنها نقل معنى خاص بمفردها، وقد تكون ملفوظة أو مكتوبة ما، وهي تدل على مفهوم معين في مجال معين.

1 ـ Idem.

446 ـ لغة *Language – Langage

وسيلة الاتصال المباشر بين البشر عن طريق الألفاظ والأصوات الوضعية والعرفية التي تدل على المعاني وتختلف باختلاف العصور والشعوب.

تعد اللغة الطبيعية نظاما علاميا مميزا من بين الأنظمة العلامية الأخرى. فهي تختلف عن لغات الحيوانات، ولغات الإشارة الجسمية، ولغة الصم، والبكم، ولغة المرور. وإن كان هناك بعض الخصائص التي تجمع بين اللغة الطبيعية، والأنظمة العلامية الأخرى المذكورة تميزها عن الدلائل الطبيعية (كدلالة الغدران على نزول المطر، ودلالة الرماد على نار سابقة)، وأهم هذه الخصائص على الإطلاق قصد الإبلاغ. أما الأنظمة العلامية فتستخدم لغرض الإبلاغ أي نقل المعلومات، وتستلزم وجود مخاطِب، ومخاطَب، ونظام رمزي يحتاج إلى تفكيك، وتركيب، وسياق تستعمل فيه.



كلمات بلغات عديدة

Languages multiples

وتتميز اللغة بكونها علامات، فقد عرف دو سوسور العلامة sign بأنها "المجموع الناجم عن ارتباط الدال بالمدلول". ويقصد بذلك أن العلامة ليست لفظا مجردا عن معنى، بل هي لفظ يفهم منه معنى عند إطلاقه، ولا يمكن الفصل بين الدال والمدلول.

كما أن اختيار الدال لمدلول معين إنما هو عمل اعتباطي عشوائي لا يخضع لمنطق، أو تعليل. وفي هذا تخالف اللغة الطبيعية الرموز المعبرة كإشارة الصليب التي تدل على صلب المسيح عند النصارى.

¤ كان اللغويون قبل دو سوسور ينظرون إلى اللغة على أنها مجموعة من الأصوات، تلك العناصر المادية التي يمكن سماعها، ونطقها، وتتسم بخصائص فيزيائية مميزة، أي أنها جواهر، وليست أعراضا إذا ما استخدمنا مصطلحات المناطقة. وبناء على ذلك، فإن تعريف اللغة على هذا النحو شبيه بمن يعرف البيت بأنه أكوام من الحجر، والإسمنت، والطين، والخشب، والزجاج. وقد اعترض ابن سينا على تعريف البيت بهذه الطريقة، أو نحوها مشيرا إلى ضرورة مراعاة الهيئة، والرصف، والترتيب. وهو الاعتراض نفسه الذي وجهه دو سوسور على من

يعرف اللغة بأنها أصوات دون ذكر خصيصة النظام، يقول دو سوسور: "إن أخطاء مصطلحاتنا، وكل طرائقنا في تمييز أمور اللغة المعينة إنما تصدر عن افتراض مقصود مضمونه أن هناك جوهرا في الظاهرة اللغوية". فاللغة العربية مثلا ليست هي الأربعة وثلاثين صوتا التي تتألف منها، بل الطرائق المختلفة التي ترصف بها تلك الأصوات لتكوين كلمات، وجمل مختلفة وفقا لأغراض المتكلم التخاطبية. فواضع اللغة استثمر عددا من الاحتمالات الممكنة لصوغ عدد كبير جدا من الكلمات بتقليب الأصوات على أوجه مختلفة، وتأليفها على أشكال متباينة لوضع كلمات جديدة. ومستخدم اللغة يركب المصرفات، والكلمات الموضوعة على أوجه مختلفة تناسب المعنى المراد نقله لمخاطبه.

ويتوقف نظم التراكيب اللغوية التي يستخدمها المتكلم على نوعين من العلاقات، العلاقات الاستبدالية والعلاقات الائتلافية.

فرق دو سوسور بين اللغة الملكة langage، واللغة المعينة langue. فاللغة الملكة هي مقدرة فطرية بطبيعتها يزود بها كل مولود بشري، وهي من أهم السمات الفطرية التي تميز الإنسان عن الحيوان. أما اللغة المعينة كالعربية، أو الإنجليزية، أو الصينية فهي نظام مكتسب متجانس، "نظام من العلامات قوامه اتحاد المعنى بالمبنى".

والجديد الذي أضافه دو سوسور في تعريف اللغة المعينة هو عنصر النظام[1].

447 ـ لغة الإنترنت ش.ت.م.ل

Language (HTML)* HyperText Markup - Langage html

لغة حاسوبية تستخدم لتطوير صفحات الشبكة.



فيلم "الطيور" لألفرد هتشكوك

Le Film "The Birds" 1961 - Alfred Hitchcock

1 ـ Voir: Jean Dubois et autres: Dictionnaire de Linguistique, Larousse, France 1988.

448 ـ لفت الأنظار Draw attention- Attirer l’attention

عند وقوع أحداث كبيرة تهدد تحقيق الأهداف المرسومة تلجأ وسائل الإعلام إلى أسلوب لفت الأنظار، بحيث تغير مجرى الحديث وتسلط الأضواء على مواضيع أخرى غير أصل المعلومات، لتحصر التفكير فيما يخفف من الآثار المترتبة على الأحداث الواقعة.

449 ـ لقطة* Shot - Prise de vue

جزء من الفيلم يتم تصويره بصفة مستمرة دون توقف المرء أو المنظر أو أي شي آخر يراد تصويره، وتحدد اللقطة من محطة إدارة الكاميرا وهي في وضع معين، حتى تتوقف، وتعد اللقطة بمثابة اللغة السينمائية.

450 ـ لوحة الوصول* Access panel - Panneau d’accès

لوحة رصد تستعمل من أجل توثيق عادات المشاهدة لدى جمهور التلفزيون لأغراض بحثية.

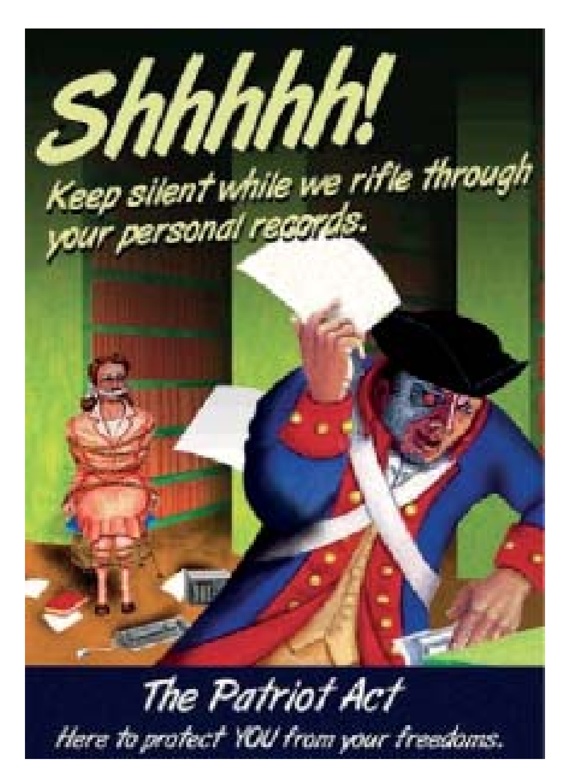


451 ـ مانشيت* Headline- Manchette

العنوان الكبير الذي يتصدر الصفحة الأولى من الجريدة أو غلاف المجلة ويسمى في هذه الحالة المانشيت الأولى، أما المانشيت الداخلية فتكون في بداية كل صفحة حسب اختصاصها، من اقتصادية، أو اجتماعية أو سياسية.

452 ـ مايسبايس -Myspace* Myspace

موقع تواصل اجتماعي، أنشىء سنة 2003، حيث يمكن نشر كل ما يتعلق بشخصية المستخدم، ويتيح إرسال تعليقات شخصية، ومدونات، أو ترك رسائل والتواصل مع الأصدقاء، كما يحتوي على محرك بحث داخلي ونظام بريد إلكتروني.



إعلان عقد المواطن

Publicité du Patriot Act 2001

453 ـ مبدأ الجبل الجليدي

Iceberg principle*-

Le principe de l'Iceberg

من أهم المبادئ في الإعلان، يسعى له المعلن من أجل إيصال رسالته أو رسائله بتأثير فعال، حيث يحاول الوصول إلى الإحتياجات والرغبات النفسية العميقة للإنسان، فيخفي أكثر ما يظهر من إيحاء، كما هو الحال مع الجبل الجليدي الذي لا يظهر منه سوى 10 بالمائة بينما الجزء الهام مطمور في الماء.

454 ـ مبدأ الخير والشر* Good and evil principle - Principe du bien et du mal

تحاول وسائل الإعلام الجماهيرية ومن ورائها الساسة والقادة في الدول، إلى تعميم هذا المبدأ من خلال طرح خيارين لا ثالث لهما، فإما الخير أو الشر، فمن ليس مع النظام أو السلطة القائمة فهو ضدها وبالتالي يصبح العدو، ويطرح أيضا هذا المبدأ بصيغ أخرى مختلفة كمبدأ الخطأ والصواب أو الأبيض والأسود.

455 ـ مثير* Stimulus – Stimulant

كل ما من شأنه أن يحدث تغيرا في نشاط الكائن الحي، وقد يكون التغير حسيا كالحب أو الكراهية، وقد يكون عقليا كالتصديق والتكذيب، وقد يكون نفسيا يخاطب الشعور.

456 ـ محاكاة -*Simulation Simulation

استخدام الصوت والصور لتمثيل أماكن أو مواقع أو أحداث قريبة جداً من الواقع.

ويتم استخدام المحاكاة فى تطبيقات التعليم والتدريب، حتى يتمكن المعلم من التدريب ومشاهدة بعض الخبرات الواقعية فى بيئة تشبه الواقع من خلال تقديم هذه الخبرات بالبعدين الثاني والثالث.

وهي استخدام الكمبيوتر في توليد عروض متعددة الوسائط لإبداع عمليات أو مهارات وخبرات أو أماكن حقيقية طبيعية.

457 ـ مجال الحركة* Action field - Champ d'action

المساحة التي تظهر أمام عدسة الكاميرا وتشمل المرئيات والحركة المصورة، الواقعة داخل حدود إطار الصورة الواحدة، وهي المساحة التي ترى من خلال العدسة ويتم تصويرها للفيلم.



"عودة الابن الضال" ـ رمبرنت

"Le retour du fils prodigue" - Rembrandt 1640

458 ـ مجتمع* Society – Société

مجموعة من الناس يعيشون معا في شكل منظم وضمن جماعة منظمة، وعليه فهو مجموعة من الأفراد تعيش في موقع معين تربط فيما بينها علاقات ثقافية واجتماعية، ويسعى كل واحد منهم لتحقيق المصالح والاحتياجات.

¤ في العلوم الاجتماعية، يميل العلماء لاعتبار المجتمع نظاما شبه مغلق **semi-closed** تشكله مجموعة من الناس، بحيث أن معظم التفاعلات والتأثيرات تأتي من أفراد من نفس المجموعة البشرية. وتذهب بعض العلوم أشواطا أبعد في التجريد حين

تعتبر المجتمع مجموعة علاقات بين كيانات اجتماعية.



"لوحة الحصاد" ـ بروكل

"La fenaision" - Bruebel 1565

تبرز في الإنكليزية كلمة أخرى قريبة في المفهوم هي الجماعة المشتركة community التي يعتبرها البعض التجمع أو الجماعة بدون العلاقات المتداخلة بين أفراد الجماعة، فهو مصطلح يهتم بأن تشترك جماعة ما في الموطن والمأكل دون اهتمام بالعلاقات التي تربط بين أفراد الجماعة. وبعض علماء الاجتماع يرى أن هنالك اختلافا عميقا بين الجماعة المشتركة والمجتمع، ويعتبر أهم ما يميز المجتمع هو وجود بنية اجتماعية تتضمن عدة نواحٍ كالحكم والسيطرة والتراتب الاجتماعي Social rank.

وقد عرف علماء الاجتماع خصائص المجتمع بما يلي:

أ - **عنصر الإقليم أو المكان المحدد**: يشير إلى منطقة محددة ذات خصائص طبيعية أو مصطنعة فريدة ومتميزة يتوافق لها بالضرورة ما يطوره المجتمع من نسق خاص للتنظيم الاجتماعي، ويبدو من الصعب فهم وتفسير طريقة الحياة في المجتمع دون الرجوع إلى خصائص المكان كمتغير أساسي يميز المجتمعات المحلية عن بعضها البعض.

ب - **خاصية الاستقلال والاكتفاء الذاتي**:المجتمع المحلي عبارة عن جماعة مكتفية بذاتها من الأفراد، فيعتمد الأفراد على بعضهم البعض للقيام بالوظائف الأساسية كما ترتبط الأهداف الجمعية والنشاطات الفردية بتنوع واسع النطاق من الاحتياجات والمصالح والاهتمامات التي لا يمكن لمؤسسة أو تنظيم بعينة أن يواجهها أو يشبعها.

ج- **خاصية الوعي الذاتي**: وتعتبر من أهم الخصائص المميزة للمجتمع المحلي وتتضمن هذه الخاصية الاعتراف المتبادل بين الأفراد إلى جانب الشعور بالانتماء والتميز.

د- **القيم والمعايير المشتركة**: من أهم ما يميز المجتمع المحلي عن أشكال التنظيم الاجتماعي الأخرى ما يسوده من أنساق خاصة للقيم والمعايير إذ عادة ما يعاد صياغة الكثير من القيم المطلقة في الثقافة الكبرى في ضوء الرموز والأحداث ذات الدلالة والمغزى في السياق المجتمعي المحلي.

المجتمعات التاريخية القديمة هي تلك المجتمعات التي خضعت للتطور الحضاري،

وانتقلت في هذا السلم من حياة الترحال وعدم الاستقرار إلى حياة الاستقرار والتنظيم الاجتماعي, واستفادة من الخبرات الاجتماعية وتقدم النواحي التكنولوجية الفتية وخلفت آثارا حضارية مادية وكانت لها فلسفة اجتماعية وكونية وعرفت تقسيم العمل والتخصص الاجتماعي، وظهور الوعي بالفكر السياسي ونشأة الوحدة الاجتماعية الكبيرة للمجتمع المحلي في صورة قرية أو مدينة ويمتاز البناء الاجتماعي في هذه المرحلة بوضوح نظام التدرج الطبقي واستناد النظام السياسي والاقتصادي على أساس ديني ويعتبر هذا البناء الاجتماعي في مستواه العام، مرآة للمثل الاجتماعية التي يرتضيها المجتمع كأهداف غائية في العلاقات الإنسانية.

إذا حللنا النظام السائد في مصر الفرعونية، نلاحظ أن البناء الاجتماعي لها كان يرتكز على تقسيم طبقي، في قمة هذا البناء الطبقي يقوم الفراعنة لا باعتبارهم مجرد حكامٍ سياسيين أو رؤساء للدولة، ولكن باعتبارهم آلهة. لذلك فإنهم كانوا يجمعون في آن واحد بين السلطات الدنيوية والأخروية. يلي هذه الطبقة طبقة الكهنة الذين يستمدون قداسة أعمالهم في المعبد وتفانيهم في خدمتهم لفرعون، باعتباره إلهاً. ثم تاتي طبقة قوات الجيش وهم القائمون على حراسة الأماكن المقدسة، وطبقة الحرفيين. والشيء الهام في هذا النظام هو الارتكاز على النظام الديني، أما بالنسبة للأفكار الاقتصادية والسياسية فلقد أثبتت الوثائق التاريخية التي عثر عليها علماء الاثار أن الفكر الاجتماعي الفرعوني قد وعى فكرة الملكية باعتبارها إحدى الحقوق القدسية الالهية. فممتلكات المعابد من الأموال التي لا يجوز ملكيتها ملكية فردية، ولكن ترجع الى الحق الالهي. حسب مرسوم "نقر كارع" فالإله هو صاحب الملك والتصرف والكهنة هم من يقومون على خدمة الاله[1].

اما بالنسبة للافكار القانونية فإنها احتلت وضعا خاصا في التفكير الفرعوني فنجد كثيرا من الوصايا على اوراق البردي او النقش التي سطرت على جدران المعابد مضمونها يثبت مجموعة القوانين التي خلفتها المدنية

1 ـ Voir: S. Camelin et S. Houdart, L'ethnologie, PUF, collection Que sais-je ?, Paris 2010

المصرية حيث عرف الفراعنة كيف ينظمون حياتهم مثلا النظم الدستورية في عهد الاسرة الثالثة حيث وحدة مينا القوانين المصرية التي توضح نظم الملكية والإرث والهبة والولاية والوصية...الخ

وكذلك المجموعة المعروفة باسم بوخوريوس مؤسس الاسرة الرابعة والعشرين ما نخلص إليه هو أن البناء الاجتماعي الفرعوني بالرغم من انه كان نظاما تيوقراطياً وطبقياً إلا انه كان نظاما متماسكا هذا لارتكازه على المحور الديني ونتيجة دعم الوحدة الاجتماعية والسياسية على مستوى الدولة ويعتبر الفكر الاجتماعي الفرعوني باكورة التفكير الاجتماعي العلمي لأنه يعكس أول مرحلة من مراحل النضج والوعي السياسي كان له فائدته التاريخية للإنسانية عامة .

وقد تنازع الفكر الاجتماعي الصيني القديم عدة تيارات متنافسة لعل أهمها الكونفوشيوسية والقانونية والتاوية والموتستية ,نأخذ على سبيل المثال الكونفوشيوسية حيث يعتبر الحكيم كونفوشيوس مؤسس أول مدرسة اجتماعية في الحضارات الشرقية القديمة أسهمت في كثير من الدراسات الاجتماعية والسياسية والأخلاقية وكانت لها آثارها العميقة في الحياة الفكرية والعلمية للصين قبل الثورة الشيوعية المعاصرة لأن آراء كونفوشيوس ارتكزت



"لابريمافيرا" لساندرو بوتيشللي

"La Primavera" - de Sandro Botticelli 1475

على تمجيد النظام الإقطاعي وتقميته واتخاذه أساسا للبناء الاجتماعي والتنظيم الاقتصادي والسياسي ,فالمجتمع في نظر كونفوشيوس لابد ان يكون مجتمعا طبقيا يضع في الاعتبار الأول صيانة حق الملكية وهي رد فعل عنيف ضد ما انتشر في أيام كونفوشيوس من آراء فوضوية أدت إلى انتشار حالة من الاضطراب وعدم الطمأنينة وكان لا بد من مواجهة هذه الحالة سياسة اجتماعية وإصلاحية هدفها إحياء التقاليد على أساس تدعيم النظام الطبقي الصيني القديم حيث كان يجلس في قمة الهرم الإمبراطور وأسرته ثم يليه الأحرار فالنبلاء والأشراف ثم في آخر درج السلم الاجتماعي السوقة وعامة الشعب ان من التقاليد الراسخة لدى الصينيين في فكرهم الاجتماعي القديم أن يحفظوا للأباطرة مكانتهم الدينية وأحقيتهم السلطوية لان العناية الإلهية فوضتهم بمهام مناصبهم نظرا لمواهبهم وقدراتهم العقلية ومواقفهم الخيرة وهم يظلون في مراكزهم طالما ظلوا متمسكين بالقانون الأسمى إذن فلسفة كونفوشيوس ترى أن النظام الاجتماعي الناجح هو الذي يقوم على أساس ديني و أن العلاقات الاجتماعية لابد أن تستمد من الإله الأعظم أما التخطيط التربوي والنظام التعليمي هو الطريق الوحيد إلى الفضيلة حيث أنشأ مدرسة في كل قرية يقطنها 25 ألف ساكن وأنشأ جامعة في كل مقاطعة أهم القواعد التي أشار إليها كونفوشيوس في المجال التربوي وجوب القائمين على شؤون التعليم التعرف على ميول الطالب وقدراته الطبيعية وكان يرى أن يكف المدرسون عن طريق التدريس التي تحول الطلبة إلى مجرد آلات تحفظ الدروس بلا وعي ولا فهم.

ويزعم كثير من مؤرخي الفكر اليوناني أن أول من وجه الفكر الإنساني المنظم لشؤون النساء الاجتماعية هو الفيلسوف الإغريقي سقراط الذي ينتمي إليه عادة الفكر الإنساني، لأنه أول من دشن التأمل الفلسفي في الطبيعة ونادى للمعرفة المحضة الخالية من شوائب الميتافيزيقا حيث يعتبر أول من انزل الفلسفة من السماء إلى الأرض، ومن بواكير ما سجل الفكر اليوناني قصيدة نيوجيس المجاري التي تعتبر أول عمل اجتماعي حيث أشار الى المثل العليا التي تتمثل في بر الوالدين والأقربين.

كما يعتبر المفكر الاجتماعي فيكو ثيوسيد أول من أرخ للحرب الشهيرة التي تعرف بحرب البلوبونيز حيث عرضها تحليلاً للقوى المتصارعة في تلك الآونة ومفسرا عوامل تدمير العالم الهيليني لذاته وحضارته كما لا نهمل إسهامات التفكير الاجتماعي عند جماعة السوفسطائيين لأنها توضح مركزهم ودورهم الفكري ومجهودهم العلمي حيث ارسوا ارضية صلبة لفلاسفة الإغريق مثل أفلاطون وارسطو[1] .

إن الفكـــر الاجتماعـــي الإغريقـــي الطوباويـــة عنـــد افلاطـــون انطـــوى عـــلى تصـــورات ذهنيـــة وتطلعـــات مثاليـــة حيـــث يـــرى افلاطـــون أن

1 ـ Idem

المدينة في أبعادها ليست إلا تجسيدا للمجتمع الكبير على ان هذا لا يعني بحال من الأحوال أن التراث الفكري الاجتماعي اليوناني كان يخلو في هذه المرحلة من تحليل دقيق لمظاهر الحياة الاجتماعية، فمثلا التدرج الهرمي البنائي حيث صور افلاطون المدينة الفاضلة وكأنها ارتكزت على ثلاث طبقات متدرجة هرميا لكل طبقة وظائفها المتخصصة، طبقة الحكام التي تتولى سياسة أمور الدولة العليا ثم يليها طبقة الجند التي تقوم بواجب حماية مصالح الطبقة الحاكمة، ثم طبقة العمال من فلاحين وصناعيين تعمل على توفير حاجيات الشعب.

وكذلك تصورات ذهنية حول أمور التنظيم والإدارة حيث جسد تصورات للتخطيط والتنظيم الاجتماعي المرتكزة على أساس فلسفة أخلاقية

خلاصة القول أن الحكيم أفلاطون صاحب الجمهورية التي جسد فيها فلسفته المثالية لا يمكن للمجتمع تحقيقها لأنها بعيدة كل البعد عن الواقع الاجتماعي مما جعله نموذجا فريدا طوباويا. أما تلميذه أرسطو فكان عكس أستاذه فقد انطوت أفكاره الواقعية على عديد من المبادئ الاجتماعية التي تعتبر مسلمات كلاسيكية مثل الإنسان حيوان اجتماعي سياسي بمعنى أن لا يمكن إن يعيش منفصلا عن المجتمع ,الأسرة هي الخلية الأساسية الاجتماعية التي تقوم على أساس التعايش الزوجي، وبتعدد الأسر والعائلات تولدت القرية وبتعدد القرى تنشأ المدينة كوعاء للبناء الاجتماعي الطبقي الذي يرتكز أساسا على التخصص المهني الجماعي وعلى التساند والتكامل الاجتماعي، والدولة هي الإطار السياسي، وهي كهيئة تنظم حياة المواطنين وتحمي القوانين وتصون العدالة . ما يعاب على أرسطو هو أنه لم يدخر جهدا في دراسة وتحليل العوامل التي تؤدي إلى تقويض هذا البناء أو اضمحلاله لأنه بناء طبقي حيث توزع له الملكيات والمراكز توزيعا غير عادل[1].


"افلاطون يعلم محاطا بتلاميذه" فسيفساء، بومبي
"Platon enseigne, entouré de ses disciples", mosaïque, Pompéi

459ـ مجتمع النشر - Publishing Community* -
Communauté de publication

الجماعات التي تنشىء صفحات على الويب كالمدارس المحلية، والنوادي، والمجموعات غير النفعية..

1 ـ Voir: Monique Dixsaut, Le Naturel philosophe- Essai sur les dialogues de Platon, Vrin 2001.

460 ـ مجتمع محلي* Local society- Société locale

وحدة اجتماعية تجمع بين أعضائها مجموعة من المصالح المشتركة، وتسود بينهم قيم عامة وشعور بالانتماء، بالدرجة التي تمكنهم من المشاركة في الظروف الأساسية لحياة مشتركة.

والمجتمع المحلي في أوسع معاني المفهوم يشير إلى دلالات وارتباطات مكانية جغرافية، المدن الصغرى والكبرى والقرى بل والعالم بأسره تعتبر كلها رغم ما بينها من الاختلافات في الثقافة والتنظيم والمصالح، مجتمعات محلية في المقام الأول. وهو يتميز بما له من أساس مكاني إقليمي يتوزع من خلاله الأفراد والجماعات والأنشطة، وبما يسوده من معيشة مشتركة تقوم على أساس الاعتماد المتبادل بين الأفراد، وبخاصة في مجال تبادل المصلحة.



رسم كاريكاتوري يمثل التثاقف

Dessin Caricatural représentant l'acculturation

وكثيراً ما يشار إلى بعض المؤسسات على أنها مجتمعات محلية مثل السجون والمستشفيات العقلية والأديرة والملاجئ والثكنات العسكرية، كما يشار في بعض الأحيان إلى بعض الوحدات الاجتماعية ذات الأساس المكاني الأكثر اتساعاً كالأقاليم والولايات والدول بل والعالم بأسره على أنها مجتمعات محلية، وكثيراً ما نقرأ أو نسمع عن «المجتمع الأطلنطي»، أو عن «المجتمع العالمي»، ويعكس استخدام المصطلح بهذا المعنى نفس الفكرة المألوفة عن "مجتمع المصلحة"، أو «المشاركة في وجهات النظر والاهتمامات».

¤ قدم موريس شتاين عدداً من الانتقادات للتطور التقليدي للمفهوم. يقول إن انتشار الحضرية أفقد الأفراد إحساسهم وشعورهم بالمجتمع المحلي، كما إن مقومات التنظيم الاجتماعي التقليدي في كثير من المجتمعات المحلية الأمريكية قد تقوضت نتيجة لتعرضها للمؤثرات الخارجية التي أفقدت الأفراد شعورهم بالانتماء إلى مجتمعاتهم المحلية، والتي مكنت من إحلال الانقسامية والجزئية محل الشمولية فطورت مجتمعات محلية فرعية، معادية لبعضها البعض، بدلاً من الشعور التقليدي بالانتماء والتعاون المحلي. وباختصار فإن القومية والعالمية قد غدت سمة العصر التي تؤكد وباستمرار

خاصية الاعتماد المتبادل بدلاً من خاصية الاستقلالية والاكتفاء الذاتي، التي كانت من أهم مقومات التصور التقليدي لمفهوم المجتمع المحلي إن تقدم وسائل النقل والاتصال وما ترتب عليه من اعتماد متبادل بين المجتمعات المحلية ارتبط بالعديد من المصاحبات النفسية التي أدت إلى ضياع أو فقدان المجتمع المحلي السيكيولوجي[1].

ويشارك شتاين في تصوره السابق كل من ملفين فيبر ورونالد وارن، فقد انتقد فيبر تصور أن المجتمع المحلي وحدة اجتماعية ذات ارتباط وتحديد مكاني، إن إنسان العصر الحديث، وبخاصة سكان الحضر يعيش في مجتمعات محلية عديدة كما أن هذه المجتمعات التي يرتبط بها وينتمي إليها لم تعد مجرد مكان محدد يلتزم به كأسلافهم بل أصبح أكثر ارتباطاً بمجتمعات المصلحة المتنوعة مهما اختلف أساس هذه المصلحة، ولم يعد الأفراد بحاجة إلى التركيز المكاني، ومن ثم لم تعد الحدود المكانية مؤشراً هاماً للعلاقات الوظيفية أو أساساً للنظام في المجتمع. ويعتبر رونالد وارن أن مصطلح المجتمع المحلي يتضمن بعداً سيكولوجياً وآخر جغرافياً وثالث سوسيولوجياً، فهو من الناحية السوسيولوجية يتضمن المصالح المشتركة والخصائص المميزة للأفراد والروابط المشتركة بينهم، كما هو الحال بالنسبة لمجتمع المصلحة، كما أنه من الناحية الجغرافية يشير إلى منطقة بعينها يحتشد فيها جماعات من الأفراد. ومن وجهة النظر السوسيولوجية يرتبط البعدان السيكولوجي والجغرافي معاً ليشير المصطلح إلى المصالح المشتركة، وإلى أنماط متميزة من السلوك يختص بها جماعات بعينها من الأفراد نظراً لاشتراكهم في نفس المنطقة أو المكان[2].

لعل السبب الرئيس لظهور المجتمعات المحلية يكمن في أن الإنسان لا يستطيع بحال من الأحوال أن يسمو أو يتجاوز حدود المكان، أضف إلى ذلك أن إشباع الحاجات النفسية والاجتماعية للإنسان تتضمن بالضرورة الجوار أو الاقتراب المكاني.

إن المتغيرات المكانية، سواء نظرنا إليها كمتغيرات مستقلة أو تابعة، عناصر أساسية لا يمكن إغفالها في الدراسة السوسيولوجية للمجتمع المحلي، وإن الاهتمام والتركيز على هذه المتغيرات كان سبباً في تطوير أحد المداخل الكبرى في دراسة المجتمع هو ما يعرف باسم المدخل الإيكولوجي. ومن علمائه المعاصرين آموس هاولي إذ يعرف المجتمع المحلي بأنه تلك الرقعة المكانية التي يرتبط بها وفيها السكان والتي من خلالها يتم تكامل الأفراد مع بعضهم البعض استجابة لمتطلباتها اليومية وخصائصها.

---

1 ـ Voir: Francis Farrugia, Sociologies. Histoires et théories, CNRS Éditions, collection Libris, Paris 2012

2 ـ Idem

يرجع تصور المجتمع المحلي كشكل من أشكال الجماعات الاجتماعية إلى هيللر حيث ذهب إلى أن للجماعة الاجتماعية عدداً من الخصائص الأساسية التي تعد من أهم مقومات بناء المجتمع المحلي، وهي احتواؤها على تجمعات الأفراد وتحديدها لبناء الدور والمكانة وشمولها على مجموعة من المعايير التي يلتزم بها الأعضاء.

ويعد مدخل النسق الاجتماعي لدراسة المجتمع المحلي ترجمة معدلة لمدخل الجماعة الاجتماعية فالنسق الاجتماعي شأنه شأن الجماعة الاجتماعية يشتمل على أعضاء وبناء معياري ومحددات للدور والمكانة ومقاييس أو محكات للعضوية، ولو أن هذه المقاييس تأخذ في مدخل النسق الاجتماعي حدوداً اجتماعية ونفسية ومكانية في نفس الوقت، ويعتبر رونالد وارن أحد مؤيدي هذا المدخل حيث يتصور المجتمع المحلي على أنه "نسق كلي يتكون من أنساق اجتماعية فرعية أصغر تقوم بدورها بعدد من الوظائف ذات الملاءمة المكانية المتخصصة كالضبط والمشاركة والدعم والإنتاج والتوزيع والاستهلاك.. الخ"، ووفقاً لهذا المدخل يعتبر المجتمع المحلي الوحدة الأساسية للتنظيم الاجتماعي.

ويلتقي المدخل التفاعلي مع مدخل النسق الاجتماعي في نقطة هامة هي أن التفاعل لا يتم بين أفراد فحسب، بل يقع بين الجماعات والنظام والمؤسسات أيضاً، ولعل من أهم مشكلات هذا المدخل أن الظروف المحيطة بالمجتمعات المحلية في الوقت الراهن لا تتفق تماماً مع التعريفات التي حددت لمفهوم التفاعل من قبل الغالبية العظمى من علماء الاجتماع، فالتفاعل هو علاقة المواجهة المباشرة بين شخصين أو أكثر بحيث يتعين على كل فرد أن يضع الآخرين في اعتباره وتقديره عند قيامه بفعله، غير أن شمول أو احتواء كل أعضاء المجتمع في شبكة التفاعل على هذا النحو أمر يندر أن يتحقق إلا في أبسط المجتمعات المحلية وأصغرها حجماً خصوصاً وأن كبر الحجم وزيادة التعقيد وتنوع المصالح والاهتمامات قد تحول دون حدوث التفاعل على نحو مباشر وشمولي، ويميل بعض العلماء إلى الجمع بين مدخل الأنساق والمدخل التفاعلي، بحيث لا يقتصر تحليلهم إلى وحدات أو أنساق فرعية متفاعلة داخل المجتمع المحلي، ويشير رونالد وارن إلى محاور أفقية ورأسية للتفاعل، أما المحور الأفقي فيتضمن علاقة الفرد أو الجماعة بالجماعة داخل مكان أو إقليم محدد، بينما يتضمن المحور الرأسي علاقة الفرد بالجماعات المحلية أو الأنساق الفرعية، أو علاقة الوحدات والجماعات المحلية بوحدات أو جماعات إقليمية أو قومية أكثر شمولاً، وباختصار يوفر هذا المدخل أداة تصورية أكثر ملاءمة لوصف تفسير العلاقات المتداخلة بين مختلف الوحدات التي يتركب منها المجتمع المحلي[1].

1 ـ idem

461 ـ مجتمع مدني Civil society- Société civile

المجتمع السياسي الذي يحكمه القانون تحت سلطة الدولة. لكن المعنى الأكثر شيوعاً هو تمييز المجتمع المدني عن الدولة، بوصفه مجالاً للمجموعات والجمعيات المستقلة مثل جمعيات رجال الأعمال وجماعات الضغط والأندية والعائلات ونحوها.

¤ أطلق عليه إدموند بيرك (1729-97) **Edmund Burke** "الجماعات أو الفصائل الصغيرة **"little platoons**". وبهذا المعنى يعكس التمييز بين المجتمع المدني والدولة الانقسام بين العام والخاص: فالمجتمع المدني يضم المؤسسات "الخاصة" المستقلة عن الحكومة والمنظمة من قبل الأفراد لتحقيق أهدافهم ومصالحهم.

من ناحية أخرى، ميز هيجل (1770-1831) G.W.F.Hegel المجتمع المدني ليس فقط عن الدولة بل أيضاً عن الأسرة. حيث رأى المجتمع المدني كمجال" للأنانية العامة universal egoism "حيث يضع الأفراد مصالحهم الخاصة قبل مصالح الآخرين، بينما تمثل الدولة والأسرة "الإيثار العام" و" الإيثار الخاص" على الترتيب.[1]

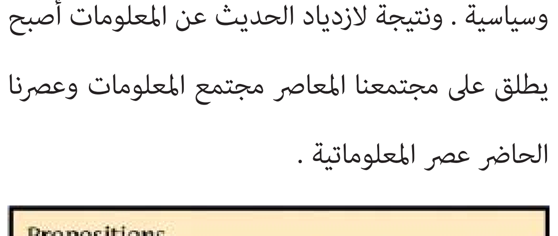
1 ـ هيجل ،اصول فلسفة الحق، المجلد الاول، ترجمة وتقديم وتعليق امام عبد الفتاح امام، الطبعة الثانية، دار التنوير للطباعة والنشر، 1983، ص 50 .

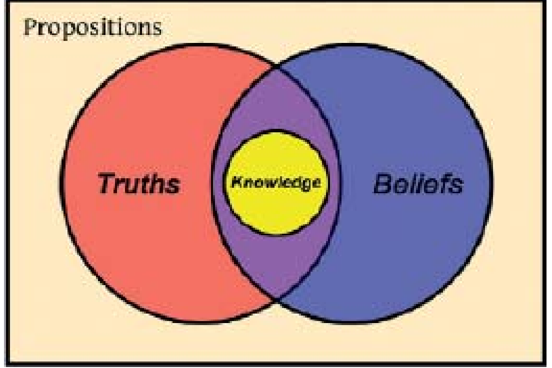
462 ـ مجتمع المعلومات*

Information society - Société de l'information

المجتمع الذي يعمل القطاع الأكبر من حجم القوى العاملة فيه في حقل المعلومات، وإنتاج ومعالجة وتوزيع المعلومات إضافة إلى إنتاج تكنولوجيا المعلومات، ومنهم المدرسون، والعلماء، ومبرمجو الكومبيوتر، والصحفيون، والمديرون، والاستشاريون، وهؤلاء جميعا نشاطهم الأساسي هو المعلومات وليس التعامل مع الماديات، فمهمتهم تتوزع بين التدريس والكتبة أو إصدار التعليمات أو تقديم المشورة.

إنه ذلك المجتمع الذي يتعامل مع المعلومات بأسلوب مستمر، ومتطور وفعال. ولا شك أن هذه المجتمعات هي التي تبقى وتزدهر وتحقق نتائج إيجابية لمواطنيها، ذلك أنها تبقيهم على اتصال مستمر بكل ما هو جديد في العالم بما يحويه من ثورات علمية واجتماعية وثقافية وسياسية . ونتيجة لازدياد الحديث عن المعلومات أصبح يطلق على مجتمعنا المعاصر مجتمع المعلومات وعصرنا الحاضر عصر المعلوماتية .





نموذج المعرفة

Knowledge Model

463 ـ مجتمع المعرفة* Knowledge society- Société du savoir

المجتمع الذي يتعمم فيه انتشار واستعمال المعلومات التي ترتكز على تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وتكون المعرفة لديه من أهم المنتجات أو المواد الخام.

لا يمكن لازدهار الشبكات وحده أن يقيم قواعد المعرفة، لأنه إذا كانت المعلومات فعلا وسيلة للمعرفة، فليست هي المعرفة. فمجتمعات المعرفة تتميز بأن المعرفة فيها تشكل أهم المكونات التي يتضمنها أي عمل أو نشاط، وخصوصاً فيما يتصل بالاقتصاد والمجتمع والثقافة، وكافة الأنشطة الإنسانية الأخرى التي أصبحت معتمدة على توافر كم كبير من المعرفة والمعلومات.

¤ ليست مجتمعات المعرفة أمرا حديثا، فإنه على سبيل المثال كان الصيادون يتقاسمون المعرفة منذ زمن بعيد بشأن التنبؤ بالطقس، وذلك في إطار المجتمعات المحلية التي يعيشون فيها، ويتم إضافة المزيد باستمرار إلى هذه المعرفة التي تعد جزءا من رأس مال هذه المجتمعات.

الأمر الذي جد حديثا هو أن المعرفة قد اصبحت من أهم مكونات رأس المال في العصر الحالي، وأصبح تقدم أي مجتمع مرتبطا أساسا بالقدرة على استخدامها . وقد أدت العولمة وتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات إلى تكوين مجتمع عالمي يتمتع بمعرفة مشتركة حول كل الموضوعات والإمكانيات. وكانت الموارد المادية والعمليات التحويلية الخاصة بها (أي الموارد الاقتصادية) هي الأساس الذي قام عليه النمو الاقتصادي، فيما كانت هناك أمور مثل الموسيقى والفن وامتزاج الثقافات (أي الموارد الثقافية) هي العوامل التي دفعت على النمو في المجتمع بأسره.

ومع وصول المجتمع إلى مرحلة النضج، أصبحت هذه المعرفة متاحة في الوثائق والقوانين المكتوبة والقوانين غير المكتوبة وآراء الناس ومعتقداتهم والكلمات التي يستخدمونها في كل لغة وما إلى ذلك، وكما هو الحال من حيث غياب التوزيع العادل للموارد المادية والاقتصادية مما أحدث نوعا من عدم المساواة بداخل المجتمع، فقد أدى عدم توزيع وإتاحة وتقاسم المعرفة بشكل متساو إلى إعاقة التنمية. وتدرك مجتمعات المعرفة أهمية وجود المعرفة وبنائها وتقاسمها وتوزيعها بشكل ملائم من أجل تنمية المجتمع.

464 ـ مجتمع شبكي* society Network -Société du Network

الميل المتزايد للمجتمع الى استخدام شبكة الأنترنت، لأغراض العمل، والتسوق، ومعظم الممارسات الأخرى التي يقوم بها الفرد في العالم الافتراضي.



"كنوز الانسانية" مجلة "تحقيقات كبيرة، غران ريبورتاج"

Trésors de l'humanité "Grands Reportages"

465 ـ مجلة* Magazine - Revue

مطبوع مغلف يصدر بشكل دوري، ويحتوي على مادة مقروءة متنوعة. وقد تكون المجلة علمية أو دينية أو سياسية أو نقدية، تصدر تحت إسم واحد، وعادة ما تكون إما أسبوعية أو شهرية أو فصلية أو سنوية.

466 ـ مجلة إلكترونية Electronic magazine- Revue électronique*

موقع الكتروني لا يوجد مقابل ورقي له، ينشر المقالات المتفرقة ويعالج مواضيع متنوعةK ويشتمل على النصوص والصور والوسائل التفاعلية المختلفة، وله كتابه الثابتون والمتحركون، وهيكلية ادارية مستقلة كالمجلة الورقية، مع خصوصية الاعلام الإلكتروني.

467 ـ مجمع* Agregator- Agrégateur

شركة خدمة تدير التصفح الإلكتروني للمقالات المنشورة في مختلف المجلات الإكترونية التي تنشر من طرف ناشرين مختلفين.

468 ـ مجموعة افتراضية community Virtual - Communauté virtuelle*

مجموعة من الناس يتفاعلون على شبكة الأنترنت، مثل ما يحدث في غرف المحادثة أو الدردشة، حيث يتشارك هؤلاء ويتشاطرون اهتمامات أو مصالح محددة.

469 ـ مجموعة الضبط group- Control Groupe de contrôle*

المجموعة التي لا يتم تعريضها للتجربة في دراسة وسائل الإعلام، عكس المجموعة التجريبية، وهذا لمقارنة المجموعتين مع بعضهما البعص، كتعريض مجموعة أطفال لبرامج العنف بينما مجموعة أخرى لا يتم تعريضها لهذه البرامج، وبالتالي تتم دراسة الفوارق بينهما.

470 ـ مجموعة دردشة group - Discussion Groupe de discussion*

في عـالم الأنترنـت هـي عبـارة عـن موقـع يسـمح لأي زائـر بكتابـة رسـالة أو رسـائل حـول

موضوع معين، ومن ثمة يتم عرضها على هذا الموقع.

471 ـ محتوى* Content – Contenu

كل ما يقوله الفرد من عبارات او ما يكتبه او ما يرمزه، أو ما تنقله الرسائل الاتصالية سواء كانت مكتوبة كما في الصحف والمجلات، أو مسموعة ومرئية في الإذاعة والتلفزيون، أو الاثنين معا في شبكة الأنترنت.

472 ـ محرر* Editor - Editeur

الكاتب الذي يعد كتابات للنشر، وقد يقتصر عمله على مجرد إعداد كتاب للطبع، أو قد تتعدى ذلك إلى مراجعة شاملة لمحتوياته وإضافة مادة علمية إليه.

473 ـ محرر الإعلان* Advertising copywriter - Rédacteur de publicité

الكاتب الذي يصيغ المادة التحريرية أو الإذاعية للرسالة الإعلانية معبرا عن فكرة الإعلان بكلمات وجمل مختارة لاصابة الهدف، ويقوم عمله على أساس من الدراسة النفسية للجمهور.

474 ـ محرك البحث* Search engine- Moteur de recherche

برنامج للبحث عن الوثائق على الشبكة، يعمل باستخدام برنامج آلي يبحث بشكل مستمر عن المعلومات الجديدة التي تظهر إلى الوجود، وهو برنامج للفهرسة يقوم بتحليل الوثائق التي تحمل تلك المعلومات لينشىء فهرسا انطلاقا من الكلمات المستخدمة فيها.

475 ـ مُخْبِر* Reporter – Reporter

الباحث عن الأخبار، والاعلامي الذي يجمع الأنباء ويحملها من مصادرها إلى ناشريها. ووظيفة المخبر هي التردد على أرض الأحداث للحصول على التفاصيل والمعلومات التي يتكون منها الخبر.

476 ـ مُخْرِج* Director - Directeur

الشخص المسؤول عن البرنامج التلفزيوني أو الفيلم، وهو الذي يعمل مع الكاتب أو المؤلف، ويشرف على الممثلين أو المشتركين في البرنامج، ويوافق على التصميمات والديكور وعلى عملية المونتاج إذا كان العمل مسجلا على فيلم، كما يشرف على إخراج البرنامج التلفزيوني على الهواء، وذلك بغرفة المراقبة عن طريق اعطاء التعليمات بالقطع من كاميرا إلى أخرى.

لقد فرض مفهوم المخرج المسرحي نفسه على مفهوم المخرج في السينما والتلفزيون، على الرغم من الاختلافات بين مقومات هذه الفنون . فالمخرج في المسرح بعد أن ينتهي من كل أعماله المناطة به يترك الأمور للممثلين وطاقم العمل عندما يبدأ العرض، إلا

أن مخرج السينما ومخرج التلفزيون بدوره يستطيع أن يعيد الأداء بعد تقييمه أكثر من مرة.

إن تعامل السينما والتلفزيون مع الصورة والكاميرا، جعلهما يؤسسان معاً لرؤى متشابهة تؤثر ببعضها البعض، فالمخرج التلفزيوني هو كمثيله في السينما يهتم بالكثير من القضايا المتعلقة بدراما الصورة، ويراقب أثناء عمله جملة مسائل، من بينها أداء الممثلين، وحركة الكاميرا، أو توافقها مع حركة الفيلم، وما يفعله الطاقم، وجودة الإضاءة ..

إن تدخل المخرج في كل عملية العمل الدرامي جعل مهمته صعبة إلى حد كبير، ذلك أن عملية الإخراج تتم على ثلاث مراحل عريضة، هي الكتابة والتصوير والإعداد النهائي، وكل منها بحاجة إلي القدرة الإبداعية .

¤ لا بد من التذكير هنا بأهمية العامل التقني، فقبل أن يكتشف المونتاج واللقطات المتعددة، وحركة الكاميرا، كانت السينما تحذو حذو المسرح، ويتم النقل بطريقة مسرحية حيث تمثل الكاميرا الثابتة المتفرج الجالس في منتصف صالة المسرح، وبالتالي فإنها تمثل وجهة نظر ذلك المتفرج. ومع تطور الأجهزة التقنية، وظهور الكاميرا المحمولة، والمونتاج، واللقطات وحركة الكاميرا، دخلت كل هذه التقنيات في قلب الحدث، فأصبح المتفرج يتحرك ويقترب من وجه الممثل ويدور حوله، وأضحى على تماس أكبر مع كل جزئيات تعابيره وحركاته وعلاقتها بالمكان والحدث.

ونفس الظروف مر بها التلفزيون، وقدمت الأعمال الدرامية التلفزيونية وكأنها عملية مسرحية من وجهة نظر واحدة، إلا أن الأمر لم يستمر وتطور العمل الدرامي التلفزيوني مع تطور تقنياته، ولم نعد نشاهد مثل هذا النوع من الإخراج التلفزيوني، و اذ أصبحت الكاميرا هي عين المتفرج غير المرئي الذي يلاحق الأحداث مستخدماً أحجام اللقطات واللون، والضوء، والكادر، والديكور، وأداء الممثل، والموسيقى، والمؤثر الصوتي، والخدع السينمائية أو التلفزيونية المنفذة إما في المعمل أو بواسطة المازج الالكتروني.

وعلى اعتبار أن التلفزيون هو الابن الشرعي للسينما، فإن اللغة السينمائية هي التي أخذت تفرض نفسها على الإخراج الدرامي لأن المخرج التلفزيوني أساساً هو الذي يقوم بإخراج البث على الهواء، أو ينقل الأخبار أو المباريات.

إن مخرجي السينما الذين جاءوا إلى التلفزيون، وقاموا بإخراج أعمال درامية، هم الذين يطرحون مقولة إيجاد لغة سينمائية للدراما التلفزيونية.

477 - مدمن التلفزيون Couch Couch potato- potato*

الشخص الذي يشاهد برامج التلفزيون

بتركيز، بكثافة وبصفة متكررة.

478 ـ مدمن افتراضي

Cyberjunkies- Cyberjunkies*

الشخص الذي يقضي وقتاً كبيراً في ولوج شبكة الأنترنت، وبالتالي يصبح مدمناً عليها.

479 ـ مدور

Spin doctor*- Spin doctor

الشخص أو الأشخاص الذين يعملون في مجال العلاقات العامة، ويضطلعون بمهمة وضع تدوير وتحويل بغية حماية الصورة العامة لشخص معين أو سمعته (عموما يستخدم لرجال السياسة)، من خلال اختلاق احداث أو التركيز على محاور ثانوية. كما يسعون (موجهو الرأي العام).

480 ـ مدونات*Blogosphere - Blogosphère

المدونات، بصفة عامة، هي مواقع على الإنترنت خاصة بالأشخاص أو المؤسسات، تتضمن تعليقات وآراء وأخباراً، وغالبًا ما تتضمن روابط فائقة links إلى معلومات متاحة على مواقع أخرى على الشبكة. وقد أثبتت المدونات وجودها وجدواها كإحدى الخدمات الحديثة على الشبكة، لسهولة إنشائها ونشرها وتحديثها، فضلا عن إتاحتها لفرصة التفاعل مع المستفيدين منها في كل مادة من المواد المنشورة بها.



تصوّر للشبكة العنكبوتية

The web

ومن وجهة نظر معدي المدونات، فإن المدونات تنشأ لأجل النشر المهني، أو الشخصي، أو لمجرد توفير المعلومات. أما من وجهة نظر المستفيدين، فإنه تتم الإفادة من المدونات، لأجل تلك الاحتياجات الشخصية أو المهنية، ولمحافظة المدونات على حداثة معلوماتها باستمرار، وكذلك لخلوها من الرسائل المزعجة spam التي يمكن أن تتسلل إلى أساليب الاتصال الأخرى على الشبكة.

وفيما تتخذ بعض المدونات شكل المذكرات الشخصية، تركز أخرى على موضوعات تخصصية محددة. وتتنوع مواضيع المدونات بين المجالات السياسية والعسكرية والإعلامية والأدبية والتقنية.. كما أنها قد تركز على مواضيع دقيقة للغاية تصل إلى التطريز وإصلاح السيارات. ويرى البعض أن الشهرة والانتشار اللذين حظيت بهما المدونات إنما تعود إلى المدونات السياسية والعسكرية، والدور الذي لعبته في الخطاب العام على مستوى السياسة والإعلام.

¤ بعد انتشارها وشهرتها الواسعة بين المستفيدين من الشبكة العنكبوتية، أصبحت المدونات **Blogs** توصف بأنها ثاني ثورة في عالم الإنترنت بعد البريد الإلكتروني، وأنها الآن إلى جانب البريد الإلكتروني والويكي **Wiki** تعد أحد أبرز خدمات الإنترنت.

والمدونات هي أحد أساليب النشر والاتصال الحديثة على العنكبوتية، وتمثل مزيجًا من المذكرات اليومية في البيئة الورقية، والموقع العنكبوتي والتجمع الإلكتروني في البيئة العنكبوتية. ولعل من أسباب شهرتها وسرعة انتشارها، تميزها بالتفاعلية، والوصول المباشر من قبل المستفيدين إليها، وتشكيل التجمعات الإلكترونية بين محرريها والمستفيدين منها، وذلك بصورة أكثر فعالية من غيرها من وسائل الاتصال الأخرى مثل البريد الإلكتروني والقوائم البريدية. هذا فضلاً عن توفرها على سجل أرشيفي للمواد المتاحة بها، يتم الوصول إليه بصورة أكثر سهولة ويسرًا من غيرها من الأساليب.

مدونات شخصية

Personnal blogs

481 ـ مدونة Blog -*Blog

ملف يدون فيه صاحبه ما يشاء من كتابات تتعلق بحياته وتجاربه ومواقفه وآرائه وأحاسيسه وينشره على شبكة الانترت في شكل موقع خاص، باسمه أو باسم مستعار، ويقوم بالترويج له لجلب الزوار والقراء.

ويرى البعض المدونة بوصفها أقرب ما تكون إلى الصحيفة الإلكترونية، مع الفرق بأن المواد المنشورة في المدونة توضع في ترتيب زمني تصاعدي بحيث تكون المعلومات الأكثر حداثة هي أولى المعلومات التي يطالعها المستفيد ولأن المدونة تتخذ شكل اليوميات، ولأن المواد المنشورة بها تكون مؤرخة تأريخًا يوميًا، فإنه يمكن ببساطة إرجاع ذلك النمط الإلكتروني من الكتابة إلى أشكاله التراثية الأصيلة في تراثنا وأدبنا العربي، من كتب اليوميات والحوادث أو الوقائع التاريخية، خصوصاً أن فن كتابة اليوميات التقليدية بدأ وانتشر بسبب الحروب وهو ما حدث أيضا مع المدونات الإلكترونية.

482 ـ مراجعة* Rewriting -Adaptation

إعادة كتابة المضامين الصحفية سواء من أجل تحسين أسلوبها أو لإختصارها أو شرحها أو لإعطائها أسلوب الصحيفة.

483 ـ مراسل* - Correspondent - Correspondant

مندوب الصحيفة أو الإذاعة أو التلفزويون أو وكالة الأنباء، الذي يقيم بعيدا عن مقرها، ويمدها بالأنباء الخاصة بالمنطقة التي يقيم فيها ويغطيها.



المسرح اليوناني من القرن الرابع قبل الميلاد

The best-preserved example of a classical Greek theatre, the Theatre of Epidaurus, has a circular orchêstra and probably gives the best idea of the original shape of the Athenian theatre, though it dates from the 4th century BCE

484 ـ مرسل* Sender - Expéditeur

العامل الذي تبدأ من عنده عملية ايصال الرسالة إلى المستقبل. وللمرسل هدف معين يدفعه للبدء بعملية الاتصال، لذلك يجب ان يكون من أصحاب المهارة والخبرة في مجال التخصص أو ميدان المعرفة.



المسرح اليوناني، فرنسا

Roman Theatre at Orange, France

485 ـ مركز الموارد* Resources center- Centre de ressources

فضاء للمعلومات و/أو للتدريب الذاتي يضع تحت تصرف المستخدم وبشكل مستقل، على موقع أو على شبكة، مجموعة من الموارد المعلوماتية أو مجموعة من الحوامل أو الوسائل التوثيقية والتدريبية.



"ماكبث" في المسرح الملكي، في نيسان 1768

"Macbeth" at the Theatre Royal, in April 1768

486 ـ مستقبل* Reciever – Récepteur

الفرد أو الجمهور الذي يتلقى الرسالة الاتصالية ويتفاعل معها ويتأثر بها، وهو الهدف المقصود في العملية، فالمتلقي يستقبل الرسالة من خلال حواسه، ويحاول أن يفسرها

ويعطي لها معاني ودلالات خاصة ومن خلال العملية الإدراكية.

487 ـ مسح اجتماعي* - Social survey

Enquête sociale

طريقة من طرق البحث الاجتماعي يتم فيها تطبيق خطوات المنهج العلمي تطبيقا عمليا على دراسة ظاهرة او مشكلة اجتماعية او اوضاع اجتماعية معينة سائدة في منطقة جغرافية بحيث يحصل الباحث على كافة المعلومات التي تصور مختلف جوانب الظاهرة المدروسة، وبعد تصنيف وتحليل البيانات يمكن الاستفادة منها في الاغراض العلمية.

488 ـ مسرح* Theatre- Théâtre

أبو الفنون وأولها منذ أيام الإغريق والرومان حيث كانت المسارح هي الوسيلة الوحيدة للتعبير الفني بعد حلبات المصارعين والسباقات .

¤ تحكي الأسطورة التاريخية أنه، في إحدى ليالي ذاك الزمن القديم، تجمع رجال في مقلع للحجارة طلباً للدفء حول نار مشتعلة لتبادل القصص والأحاديث. وفجأة، خطر في بال أحدهم الوقوف واستخدام ظله لتوضيح حديثه. ومن خلال الاستعانة بضوء اللهيب، استطاع أن يُظهر على جدران



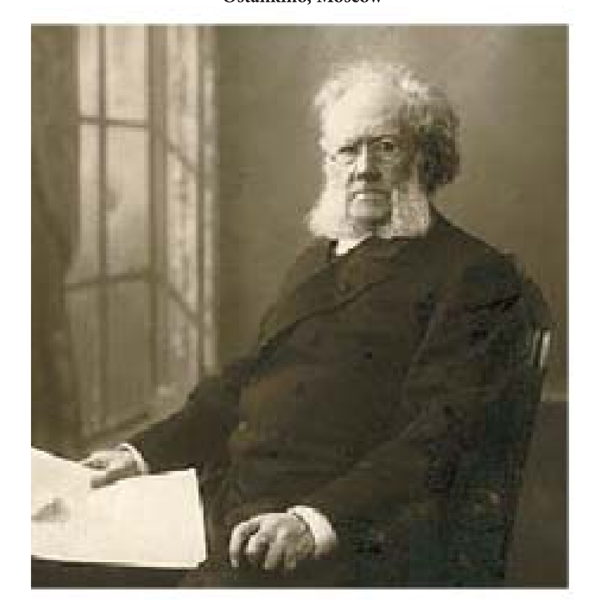
مسرحية "هاملت" لشكسبير

The MAT production of Hamlet Shakespeare (1911–12)



المسرح ما بعد الكلاسيكي في روسيا

An 18th-century Neoclassical theatre in Ostankino, Moscow



هنرك ابسن، "اب" المسرح الواقعي والمعاصر

Henrik Ibsen, the "father" of realist and modern drama.

المقلع شخصيات أكثر جسامة من أشخاص الواقع. فانبهر الآخرون، وتعرفوا من دون صعوبة إلى القوي والضعيف، والظالم والمظلوم، والإله والإنسان البائد.

وفي أيامنا هذه، حلت مكان نيران المباهج التي توقد في المناسبات الخاصة والأعياد الأضواء الاصطناعية، وجرى الاستعاضة عن جدران المقلع بآلات المسرح المتطورة.

بدأ المسرح العربي بالظواهر الدرامية الشعبية التي ظل قسم منها مستمرا" حتى نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين، أما القسم الآخر فما زال يقدم حتى الآن مثل فنون الرقص الغجرية، والكاولية، والكراكوز، وخيال الظل، والسماحة والمقامات والسير الشعبية التي كانت سببا لظهور أشكال مسرحية مهمة أخرى مثل: الأخباري والسماح وحفلات الذكر، المولوية، في المشرق العربي ومسرح البساط، وصندوق العجائب، والمداح، والحكواتي، وإسماعيل باشا.

وهكذا تم تحديد المراحل الأساسية من تاريخ المسرح العربي:

- سنة 1847 محاولة نقاش مسرحية «البخيل» لموليير.

- الترجمات: نقل شبلي ملاط مسرحية «الذخيرة» عن الفرنسية، وأديب اسحاق مسرحية راسين «اندروماك»..

- المسرحيات التاريخية : هي مرحلة بعث التاريخ الوطني العربي التي من خلالها كتب



ابراهيم مرعشلي مع شوشو و ماجد أفيوني في أحد العروض المسرحية
Ibrahim Meraachli avec Shoushou et Majed Afyouni dans une scène théâtrale.(Liban)



مسرحية "كاسك يا وطن"

Une scene de la piece “kassak ya watan”(Syrie)



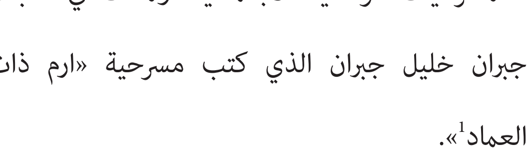
...مسرحية "شارع محمد علي" - بطولة شريهان
La piece “La rue de Mohamad Ali”- Sharihan(Egypte)



مسرحية "سهريه".. زياد الرحباني

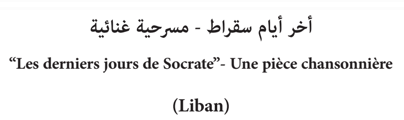
La pièce Sahriyya, Ziad Al-Rahbani (Liban)

نجيب الحداد مسرحية «حمدان»، والتي استمدها من حياة «عبد الرحمن الداخل».



- المسرحيات الواقعية الاجتماعية: وتمثلت في كتابات جبران خليل جبران الذي كتب مسرحية «ارم ذات العماد[1]».

وكان في دمشق قبل الانتداب مقاهٍ عديدة للحكواتي، وللكراكوز، وللمصارعة، وللسيف والترس، وللرقص.



أخر أيام سقراط - مسرحية غنائية

“Les derniers jours de Socrate”- Une pièce chansonnière

(Liban)

وشهد الربع الأول من القرن العشرين ميلاد نهضة مسرحية واسعة في أغلب أقطار الوطن العربي في كل من السودان(1902)، وتونس(1908)، وفلسطين(1917)، والبحرين(1919)، والجزائر (1921)، والمغرب (1923)، وليبيا (1925)، والكويت(1938) وقطر والأردن في بداية السبعينات[2].



مسرحية "الزعيم"- عادل امام

La pièce “Alzaim”- Adel Imam (Egypte)

489 ـ مسرح حديث Modern theatre- Théatre moderne *

أشكال المسرح التجريبي المعاصر التي ثارت على الشكل التقليدي للمسرحية ذات البداية والمنتصف والنهاية.



مسرحية "ميس الريم" - فيروز

La pièce “Mayserrim”- Fayrouz (Liban)

490 ـ مسرح غنائي Lyric theatre - Théatre Lyrique

يتميـز بأهميـة عنـصر الموسـيقى والغنـاء

---

1 ـ فاضل خليل ، النشأة والتطور في المسرح العربي، على الانترنت موقع الحوار المتمدن، العدد: 1801 - 2007 / 1 / 20 .

2 ـ المصدر نفسه.

حيث تشكل أساس هذا المسرح، الذي يعتبره البعض شكلا جديدا من الأوبرا.

491 ـ مسرح العبث - Theatre of the absurd

Le théatre de l'absurde

نمط جديد من الدراما المتمردة على الواقع قدمها العبثيون، وهم مجموعة من الأدباء الشباب الذين تأثروا بنتائج الحروب العالمية فرأوا أن جميع النتائج التي نجمت عن تلك الحروب هي سلبية لأنها خلقت نفسية سيطر عليها انعدام الثقة في الآخرين، فكان انعزال الإنسان الأوروبي وفرديته، هذا ناهيك عن الويلات والدمار المادي الذي طال أوروبا كلها. يعني أن مسرح العبث يتميز بأنه نتاج ظروف سياسية وعالمية كبرى أدت بالفلاسفة المحدثين إلى التفكير في الثوابت.

¤ كان أول ظهور لهذا المسرح في فرنسا في الثلاثينات من القرن العشرين، فجددوا في شكل المسرحية ومضمونها. بدأ مسرح العبث ظهوره في أوائل الخمسينات من القرن العشرين، وبالذات في العام **1953** عندما قدم الفرنسي الموطن والإيرلندي الأصل صاموئيل بيكيت **(1906 - 1989)** مسرحية سماها في انتظار غودو**Waiting for Godot**، اتسمت بغموض الفكرة



تصوير فيلم "مغامرة البحار" العالمي

Tournage de "Romance of the high seas" 1947

وعـدم وجـود عقـده تقليديـة، وانعـدام الحـل لمـا عرضتـه المسرحيـة، فكانـت رمزيـة مبهمـة للغايـة، ولوحـظ قلـة عـدد المسرحيـين الذيـن مثلوهـا، وكان الزمـان والمـكان محدوديـن تقريبـاً، وتركـت المسرحيـة سـؤالاً طالمـا رواد النقـاد. تـوفي صامئيـل بيكيـت عـام **1989** تـاركاً وراءه الكثـير مـن الحديـث والجـدل عـن غـودو.

فلقد ترك صاموئيل بيكيت خلفه ظاهرة أدبية وفنية مهمة ومؤثرة ومثيرة للجدل أسمها العبث أو اللامعقول، وكان رائد هذه الجماعة التي ثارت على كل ما هو مألوف سائرة في طريق العبث دون اهتمام لعامل الزمن، لم يكن العبثيون في واقع أمرهم مدرسة أو جماعة وإنما مجموعة من المفكرين والكتاب غلبت على مشاعرهم وأحاسيسهم صفات تشابهت وظهرت في كل كتاباتهم الأدبية خصوصاً في المسرحية منها. لقد جاء تمرد العبثيين على المدرسة التقليدية العريقة التي أرسى قواعدها أرسطو حينما وضع أسس النقد الأدبي للمسرحية الجيدة، وحدد عناصر نجاحها في عناصر ثلاثة هي:

الزمان والمكان والحدث. العبثيون بدورهم ضربوا عرض الحائط بأرسطو وكتاباته ومنهجه وكل تاريخ المسرح، فتنكروا للعناصر الثلاثة المذكورة وقرروا أن تكون كتاباتهم في مكان محدود جداً كشجرة (مسرحية في انتظار غودو)، أو غرفة (مسرحية الغرفة)، أو كرسي (كمسرحية الكراسي)، وجعلوا عنصر الزمن غير ذي أهمية تذكر، أما العقدة أو الحدث فلم يجعلوا لها وجوداً في مسرحياتهم. وإضافة إلى ذلك فقد عادوا بالمسرحية للفصل الواحد والعدد المحدود من الشخصيات[1].

أهم ما في مسرح العبث، بعيداً عن الزمان والمكان والحبكة، هو الحوار؛ لكن ذلك الحوار كان غامضاً مبهماً مبتوراً تعوزه الموضوعية والترابط والتجانس. كل شخوص المسرحية تتحدث دون أن يتمكن أحد منهم من فهم الآخر، ولا من توصيل رسالته للآخر. الحوار دائماً مبتور ولا تستطيع الشخصيات توصيل رسائلها، وقد بالغ كتاب العبث فجعلوا بعض الشخصيات تتكلم ربما كلمة أو كلمتين عند نهاية المسرحية تلخص السخط العام والغضب الشديد، ثم يصل بنا هارولد بنتر إلى ما هو أصعب من ذلك فنراه يقدم لنا شخصية الأخرس كشخصية رئيسية في مسرحية حملت اسمه "النادل الأخرس".

تعتبر حركة العبث أو اللامعقول والتي سميت بأكثر من مسمى مثل الكوميديا المظلمة وكوميديا المخاطر ومسرح اللاتواصل امتداداً لحركات أدبية مختلفة ظهرت لفترات قصيرة في بدايات القرن العشرين زمنها على سبيل المثال السريالية، وهي حركة أدبية فنية عبرت بقوة عن غضب الشباب من التقاليد السائدة في تلك الفترة، ثم حركة الشباب الغاضب وهي أيضاً حركة فنية أدبية يدل اسمها على الكثير من طريقة تفكير أصحابها بل ومن أشهر مسرحياتهم "أنظر خلفك في غضب" تعبيراً

---

1 ـ فاضل خليل، المصدر نفسه

عن غضبهم من الحروب العالمية ونتائجها غير الإنسانية.



مسرح العبث

Théâtre de l'absurde 2010

لقد ازدهرت هذه الحركات التي عبرت عن مفاهيم ثائرة على القيم الفنية والأدبية في القرن العشرين، وكان ظهورها واضحاً جلياً بعد الحروب العالمية في محاوله للتعبير الصارخ عن التمرد الاجتماعي على الحروب الدامية وما فيها من مصائب وما تبعها من ويلات وأهوال ، وما خلفته من القتلى و الجرحى والدمار.

ازدهر العبثيون في الخمسينات من القرن العشرين وبدت مسرحياتهم للقارىء العادي وكأنها بلا خطة، وبلا هدف، كما أن نهاياتها غير واضحة المعالم وغير محددة وتعطي انطباعاً أو شعوراً بأن مصير الإنسانية غير معروف، ولا هدف له، وتجدر الإشارة إلى أن رائد العبثيين صاموئيل بيكيت حاز على جائزة نوبل للآداب لما قدمه من جديد في عالم الأدب، ومن أبرز كتاب العبث يوجين يونيسكو البلغاري الذي مثل بيكيت كتب بالفرنسية، وآرثر أداموف الروسي، وجان جينيه الفرنسي ثم هارولد بنتر الإنجليزي ثم هناك زميل ثان تمثل في سمبسون الإنجليزي وادوارد البي الأمريكي وتوم ستوبارد الإنجليزي وهم أصحاب الأفكار التي تقرر الشكل والمحتوي في المسرحية[1].

492 ـ مستعمل *User- Usager

شخص يقوم باستعمال الوسيلة والمادة الإعلامية بهدف الحصول على أثر يستجيب لحاجته للمعلومات، فيقرأ، أو يرتحل، أو يتصفح، أو يشاهد، أو يستمع الى المادة الاعلامية ويحدد خياراته بناء على ميوله واتجاهاته.

493 ـ مسير الموقع الالكتروني

Website administrator*- Administrateur de site web

شخص مسؤول عن إدارة وصيانة موقع شبكي، وعادة ما يظهر عنوان بريده الالكتروني أسفل صفحة الاستقبال.

494 ـ مشاركة فعالة نشطة Active Participation active- participation*

طريقة تستخدمها وسائل الإعلام والاتصال للتأثير على مجريات الأحداث والقصص، ويفترض أن تكون في شكل تقارير نزيهة ولا تخضع للتأثيرات.

1 ـ فاضل خليل، المصدر نفسه

495 ـ مصادر الخبر* - Information sources

Sources d'information

تسمى مسالك الأخبار، وتضم المندوب الصحفي أو المراسل الصحفي، والمراسلين الخارجيين، ووكالات الأنباء المحلية والدولية، والصحف والإذاعات والقنوات التلفزيونية، والاتفاقيات والإعلانات ورسائل القراء.

496 ـ مطبوع* Publication - Publication

أي مجموعة من أوراق صادرة عن مطبعة، كالجرائد، والكتيبات، والكتب، والنشرات، والبطاقات، والجداول، والملصقات، وقليل منها يصدر بشكل منتظم دوري وتحت نفس الأسم.

497 ـ معاينة بالصدفة

Serendipidity- Sérendipité-*

الوصول بالصدفة الى معلومات غير متوقعة. ويسمح التصفح، وهو نوع تقليدي يكون أحيانا جد فعال في استخدام الموارد المكتبية، بممارسة تلك المعاينة. وتعتبر الأنظمة فوق النصية لمعاينة المعلومات، والتي تسمح أيضا بهذا النوع من التصفح، أنظمة معاينة بالصدفة.

498 ـ معايير اجتماعية* - Social norms

Normes sociales

كل ما يقبله المجتمع من قواعد وعادات واتجاهات وقيم وغير ذلك من المحددات. وتعتبر هذه المعايير الاجتماعية بمثابة أطر يرجع إليها الفرد بحيث تكون دليلا لما ينبغي أن يكون عليه سلوكه.

499 ـ معرفة* Knowledge – Connaissance

هي مجموعة المعاني والمعتقدات والأحكام والمفاهيم والتصورات الفكرية التي تتكون لدى الإنسان نتيجة لمحاولاته المتكررة لفهم الظواهر والأشياء المحيطة به.

وللمعرفة مصدران، التجربة والمعلومة. الأولى غالبا ما تكون شخصية، أما الثانية فهي خارجية. والمعرفة تفترض قدرة إدراكية مثبتة بالفعل يمكنها أن تتحول إلى مهارة.

500 ـ معلومات* – Informations

Informations

ويقصد بها البيانات المصاغة بطريقة هادفة لتكون أساسا لاتخاذ القرار، وهذه البيانات هي المادة الخام التي لا تؤدي إلى اتخاذ قرار ما بل غالبا ما تمهد لعملية اتخاذ القرار.

ويستلزم وجود المعلومات توفر وعاء فكري يحتويها، وهو مايسمى بالوثيقة كوسيط يحمل المعلومات والبيانات.

501 ـ معلوماتية* Informatics- Informatique

إختصاص واسع يهتم بالتكنولوجيا و

نواحيهـــا المتعلقـــة بمعالجـــة و إدارة المعلومـــات، واســـتعمال الحواســـيب الإلكترونيـــة و برمجيـــات الحاســوب لتحويــل و تخزيــن و حمايــة و معالجــة المعلومـــات و أيضـــا نقـــل و اســـتعادة المعلومـــات. لهـذا السـبب، يدعـى غالبـا اخصائيـو الحواسـيب و الحوسـبة بإخصائيـي تكنولوجيـا المعلومـات .

من هنا يتضمن مدلول المعلوماتية:

- التكنولوجيا : يعني الأسلوب المنهجي المنتظم الذي نتبعه عند استخدام تراث المعارف المختلفة (بعد ترتيبها وتنظيمها في نظام خاص) بهدف الوصول إلى الحلول المناسبة لبعض المهام العلمية .

- التكنولوجيا الجديدة : يعني الكمبيوتر وما يتصل به من معدات اتصال وبرامجيات تمكن الكمبيوتر من التخاطب (في إطار شبكي) مع أجهزة أخرى .

- تكنولوجيا المعلومات : وهي استخدام الآلات التكنولوجية الحديثة ومنها الكمبيوتر في جمع البيانات ومعالجتها.

وهكذا يمكن تعريف المعلوماتية بأنها ذلك الإطار الذي يحوي تكنولوجيا المعلومات، وعلوم الكمبيوتر، ونظم المعلومات وشبكات الاتصال وتطبيقاتها في مختلف مجالات العمل الإنساني المنظم.

كما يمكننا القول أن المعلوماتية هي منظومة تحوي ثلاثة أبعاد رئيسية هي :

- العتاد الصلب Hard Ware

- البرامجيات (العتاد اللين) Soft Ware

- الموارد المعرفية Knowledge Ware

وهو القسم الذي يهتم بتقنيات التشبيك و البرمجيات في شركة معينة، ومن الأسماء التي تطلق عليه أيضا: قسم خدمات المعلومات (IS) أو خدمة معلومات الإدراة (MIS).

502 ـ مفهوم* Concept – Concept

ما يعبر عن مجموعة من الأشياء، أو الحوادث، أو الرموز تجمع معا على أساس خصائصها المشتركة العامة، التي يمكن أن يشار إليها باسم ، أو رمز خاص.

هو عبارة عن فكرة أو مجموعة أفكار يكتسبها الفرد على شكل رموز، أو تعميمات لتجريدات معينة .

503 ـ مقابلة صحفية* Interview – Entrevue

اللقاء الصحفي الذي يتم بين الصحافي وأي شخصية أخرى سواء كانت سياسية أو أدبية أو علمية، ويجب على الصحافي معرفة أمور محددة عن الشخصية التي يجري معها المقابلة.

504 ـ مقال افتتاحي* Editorial – Editorial

المقال الذي يقوم بشرح وتفسير الأخبار والأحداث اليومية والتعليق عليها بما يكشف عن سياسة الصحيفة تجاه الأحداث والقضايا الجارية في المجتمع، ويربط المقال الافتتاحي القراء بالصحيفة من ناحية والأحداث اليومية

من ناحية ثانية، ويخلق مشاركة وجدانية بين الصحيفة والقراء.

505 ـ مقال تحليلي* Analytic article - Article analytique

يقوم هذا النوع من المقالات على التحليل العميق للأحداث والقضايا والظواهر التي تشغل الرأي العام، ويتناول الوقائع بالتفصيل ويربط بينها وبين غيرها من الوقائع، وهو لا يعالج فقط الماضي والحاضر من الأحداث بل يربطها لاستنتاج أحداث المستقبل، ونظرا لعمق هذا النوع من المقالات فعادة ما يكون أسبوعيا.

506 ـ مقال صحفي* Press article - Article de presse

الذي يعبر بشكل مباشر عن سياسة الصحيفة بآراء كتابها في الأحداث اليومية الجارية وفي القضايا التي تشغل الرأي العام المحلي والدولي، ويكون من خلال شرح وتفسير الأحداث والتعليق عليها بما يكشف عن أبعادها ودلالاتها المختلفة. وقد يطرح فكرة جديدة أو تصوراً مبتكراً أو رؤية خاصة يمكن أن تشكل بحد ذاتها قضية تشغل الرأي العام.

507 ـ مقال نقدي* Critical article - Article critique

مقال يقوم على تفسير وعرض وتحليل وتقييم الإنتاج الأدبي والفني والعلمي، وذلك من أجل توعية القارئ بأهمية هذا الإنتاج ومساعدته على اختيار ما يقرأه أو يشاهده أو يسمعه من هذا الكم الهائل من الإنتاج.

508 ـ مُقرنة صوتية Coupleur Acoustical coupler*- accoustique

آلة تستخدم في الوصول من مكان بعيد للاتصال بالكمبيوتر الرئيسي عن طريق الهاتف.

509 ـ مقلة Eyeballs* - Eyeballs

المستخدمون لشبكة الأنترنت الذين يزورون مواقع محددة بشكل اعتيادي.

510 ـ مقياس الاستماع والمشاهدة (الاوديوميتر) Audiomètre- Audiometer*

آلة إلكترونية لقياس المستمعين والمشاهدين تستخدم لجمع البيانات .

511 ـ مواد أرشيفية Archival -documents material* d'archives

عبارة عن سجلات ووثائق وكتب قديمة ونادرة، ليس من السهل تعويضها وتحتاج إلى الحفظ والصيانة والمعالجة الخاصة.

512 ـ موسوعة إلكترونية Wiki* - Wiki

موقـع الأنترنـت الـذي يتيـح لـزواره إجـراء تغيـير عـلى محتوياتـه، في بعـض الأحيـان دون

الحاجة إلى التسجيل من أجل الدخول. أول برنامج من هذه الموسوعة سمي ويكي ويكي ويب، استوحى مبتكره وارد شنينغهام تسميته من إسم مطار هواي بالولايات المتحدة الأمريكية.

513 ـ موقع* Site- Site

خدمة معلوماتية، عادة ما تكون متعددة الوسائط، متاحة على الشبكة وتتضمن العديد من الصفحات. والموقع الشبكي يتميز بعنوانه http. وعدد المواقع المتوفر حاليا كبير جدا. والمواقع الشبكية متنوعة، منها المواقع التجارية والمنتديات والمدونات والمواقع الاجتماعية والثقافية والتربوية... إلخ.

514 ـ موقع أرشيف* Site Archive site – d'archives

موقع على شبكة الأنترنت، يتيح ويوفر مجموعة كبيرة من الملفات والبرامج القابلة للتنزيل للجميع.

515 ـ موقع تحدٍ *- Gripe site

Site de défi

النوع من المواقع على شبكة الأنترنت الذي يفسح المجال للمستخدمين لمواجهة أو تحدي أي شخص أخر أو منظمة أخرى.

516 ـ مكتبة إلكترونية –مكتبة افتراضية

Virtual library-

Bibliothèque virtuelle*

مكتبة مسيرة تضع تحت تصرف المستخدمين وثائق إلكترونية.

517 ـ مكتبة الأفلام* Films library -Cinémathèque

هيئة مكلفة بالاحتفاظ بالأفلام، ظهرت إلى الوجود خلال ثلاثينيات القرن العشرين في أروبا وأمريكا وهي نتاج مبادرات أشخاص مولعين بالأفلام.

518 ـ مكون معرفي* - Cognitive composant

Composante cognitive

المعتقدات التي يتبناها الفرد حول قضية أو موضوع معين وتتضمن أساسا بعض الأحكام المسبقة.

519 ـ منهج علمي*

Scientific methodology-

Méthodologie scientifique

مجموعة من التقنيات والطرق المصممة لفحص الظواهر والمعارف المكتشفة أو المراقبة حديثا، أو لتصحيح وتكميل معلومات أو نظريات قديمة.

¤ كان ظهور الطريقة العلمية نتيجة لجهود علماء كثيرين وقرون

طويلـــة مـــن البحـــث، وأول ملامـــح هـــذه الطريقـــة ظهـــرت عـــلى يـــد الفيلســـوف الانكليـزي فرانسـيس بيكـون **Bacon Francis** **(1561 - 1626)** حـين اقـترح بنـاء النتائـج عـلى أسـاس مجموعـة كبـيرة مـن الوقائـع والملاحظـات التـي يمكـن جمعهـا وان المعرفـة المكتسـبة يجـب أن تمحـص وتنظـم ثـم تطبـق.

ثم تطورت هذه الطريقة على يد مجموعة من العلماء ، إلى ان استطاع الفيلسوف الأمريكي جون ديوي(1859 – 1952) ان يحددها في خطوات نشرها في كتابة (كيف نفكر) How are we thinking عام 1910 بالشعور بالمشكلة أولا، وتحديد المشكلة، ووضع الفروض، وجمع البيانات والمعلومات، واختبار الفروض، والوصول الى النتائج والاستنتاجات [1].

ومن الجدير بالذكر ان أكثر خطوات الطريقة العلمية أهمية هي تحديد الاشكالية لان مشكلة البحث اذا كانت محددة فانها ستوجه البحث بدقة نحو الحلول، أما اذا كانت غامضة فإن الباحث سيصرف الوقت الطويل دون فائدة .

1 ـ -Ross Jackson, The Companion to Shaker of the Speare: The Francis Bacon Story, B ook Guild Publishing, England ,2005, pp. 45 – 46.

520 ـ ملكية أدبية* Copyright - Droit d'auteur

ملكية شيء معنوي كالأعمال الأدبية من مقالات وقصص وروايات، و أعمال فنية كالموسيقى واللوحات المرسومة، بحيث تنظم هذه الملكية بما يفيد كل شخص بثمرة عمله وفكره وفنه وتعطيه الحق الحصري في الانتفاع بها.

521 ـ منشور* Tract - Brochure

وثائق على شكل خرائط أو كتيبات أو صحف تحمل ردا على ادعاءات العدو وتفنيد دعايته وبيانات إحصائية عند توازن القوى بين الجيشين المتحاربين، وكرتون سياسي ترافقه بعض الكلمات ويتم توزيعه عن طريق الطائرات والبالونات والجواسيس والعملاء، فهو نشرة توزع من أجل الدعاية وقد تستعمل في الدعاية السياسية والدينية.

522 ـ منتِج* Producer - Producteur

المسؤول الأول عن نظام الإنتاج، فهو يدير العمل من الناحية الاقتصادية ومن الناحية الفنية، ويقوم بالتعاقد مع الفنانين أو الفنيين الذين يختارهم لتحقيق الفيلم في أحسن صورة ممكنة، وذلك بالتفاهم مع المخرج.

523 ـ مواكبة الحشد* - Keep up with crowd

Tenir avec la foule

هذا الأسلوب يوظف عادة في الدعاية السياسية، حيث يعتمد على مبدأ مهم في الغريزة البشرية بالانضمام إلى الجانب الكبير والغالب من الجماهير، فالجانب المختار من طرف هذه الأغلبية لا يمكن مقاومته وبالتالي استسهال الانقياد إليه.

524 ـ مؤتمر* Conference - Conférence

شكل من أشكال الاجتماع يدار طبقا لخطة منظمة، ويسعى إلى تبادل المعلومات بين الأعضاء وتحقيق التفاهم بينهم عن طريق المشاركة الشفهية الفعالة، وذلك حول قضية أو موضوع أو مشكلة أو ظاهرة يهتمون بها أو مرتبطة بظروفهم بقصد التوصل إلى آراء أو توصيات أو قرارات مناسبة والعمل على الإلتزام بها.

525 ـ مؤتمر صحفي* Press conference-

Conférence de presse

مؤتمر يضم الصحفيين الذين يمثلون مختلف الصحف ليتحدث فيه رجال السياسة أو الدولة عن موضوعات سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية...ويطلب من الصحفيين إثارة أية أسئلة تتعلق بموضوع المؤتمر.

526 ـ مؤتمر إلكتروني* Electronic -conference

Conférence électronique

آلية تواصلية بواسطة الحاسوب تسمح لمجموعة من ثلاثة أشخاص أو أكثر (إلى غاية الآلاف من الأشخاص) بالتناظر. يمكن للمجموعات أن تتواجد في نفس الوقت (بتزامن) أو في أوقات مختلفة (لا تزامن) في مكانين مختلفين أوأكثر (لا حضوري).

527 ـ مؤلِف* Author – Auteur

الفرد أو الهيئة المسؤولة عن المضمون الفكري للكتاب وما في حكمه. والمؤلف هو الذي يحقق ذاتية الكاتب، ويختلف عن المحرر والجامع والمترجم على الرغم من أن أياً من هؤلاء قد يحل محل المؤلف في حال عدم وجودة.

528 ـ موصولية* Accessibility - Accessibilité

القدرة على الوصول الى الوسيلة الاعلامية والاتصالية واستعمالها. وموصولية منتج معلوماتي ما، أو خدمة معلوماتية ما أو منظومة معلوماتية تسمح باستعمالها من دون تبعية من طرف كل شخص يعاني في وقت من الأوقات من صعوبة في الاستعمال بسبب إعاقة دائمة(إعاقة حسية كالعمى أو الصمم الكليين أوالجزئيين أو حركية كصعوبة استعمال لوحة الكتابة وفأرة الكمبيوتر).

529 ـ موصولية عالمية Accès Universel- access* universel

الامكانية المتاحة لكل مواطن في كل أنحاء العالم، مهما كانت قدراته على التحكم في التكنولوجيا ومهما كانت وضعيته الجغرافية والإقتصادية والاجتماعية، لتصميم أو استعمال المعلومات المفيدة لمشروع حياته.

530 ـ ميثاق شرف* Moral code - Code moral

يتمثل في العهد الذي يلتزم بموجبه رجال الصحافة والإعلام بتزويد الجمهور بالأنباء الصحيحة والتحقق من صحة المعلومات التي يحصلون عليها، والإخلاص للمصلحة العامة، وتجنب السعي وراء منفعتهم الخاصة، وألا يقبلوا لأنفسهم أو يكلفوا غيرهم بأعمال لا تتفق مع أمانة المهنة وكرامتها، والاحتفاظ بسرية المصادر التي يستقون منها الأخبار.

لكن المواثيق الأخلاقية في الدول العربية لا يلتزم بها الكثير من الإعلاميين، ولذلك تظل مجرد نصوص جامدة، وذلك لأنه ليس هناك عقوبات يتعرض لها الإعلامي الذي لا يلتزم بهذه الأخلاقيات، أو ينتهكها، فتوصف المواثيق الأخلاقية، بأنها " بدون أنياب"، وأنها قليلة الأهمية. وبالرغم من المحاولات التي بذلت للبحث عن وسائل لتوقيع عقوبات على عدم الالتزام بالأخلاقيات إلا أنها تظل عقوبات لا قيمة لها، ولا تؤدي إلى الإلتزام بالأخلاقيات.



531 ـ نادي السينما* Cinema club - Club de cinéma

جمعية تعمل على نشر الثقافة السينمائية، ولا تهدف إلى الربح المادي، وتقوم بعرض أفلام ممتازة يتبعها حوار ونقد لها.

532 ـ نادي المستمعين* Radio club - Club des auditeurs

نوع من الأندية يهدف إلى جمع فئات المستمعين حول جهاز الراديو يستمعون إلى برامجه ويناقشون ويربطون بينها وبين مشكلاتهم، وتستخدم هذه الأندية كوسيلة لتعليم الكبار.

533 ـ نادي المشاهدين* Tele club - Club des spectateurs

النادي الذي يضم جماعات تلتف حول التلفزيون لتشاهد برامجه وتناقشها وتساعد على نقل المعلومات إلى الأعضاء وعلى تغيير اتجاهاتهم على النحو المطلوب.

534 ـ ناشر* Publisher – Editeur

مؤسسة أو شخص يقوم بإصدار وبيع وتوزيع الكتب أو المجلات أو الجرائد، أو يكون له دور في طبعها، وليس من الضروري أن يكون للناشر مطبعة أو مصنع للتجليد، وقد لا يقوم بعملية البيع والتوزيع، ويتحمل الناشر مسؤولية التمويل، إلى جانب تحمله لمخاطر النشر للمؤلفين.

535 ـ نشر* Publishing – Edition

العملية التي تتضمن جميع الأعمال الوسيطة بين تحرير النص الذي يقوم به المؤلف ووضع هذا النص بين أيدي القراء عن طريق المكتبات أو أكشاك التوزيع.

536 ـ نشرة الأخبار* Newscast - Journal des informations

تتضمن أنباء مختلفة يتم جمعها من طرف وكالات الأنباء أو مؤسسات التلفزيون والراديو، ويتم نشرها وبثها وإعادتها في مواعيد محددة يوميا.

537 ـ نص متشعب Hypertext* - Hypertexte*

النظام الذي يَرْبطُ الوثائقَ الإلكترونيةَ ويسمح بالانتقال بكبسة زر من وثيقة الى أخرى ومن موقع الى آخر.

538 ـ نظام سياسي* - Political system* Système politique

مجموعة عناصر أو أنماط متداخلة متعلقة بعملية صنع القرار تديرها سلطة

سياسـية. هـو حصيلـة تفاعـل شـتى العنـاصر المكونـة للدولـة، لذلـك فهـو أشـمل وأعـم مـن سـلطات الدولـة المختلفـة، لأنـه يضـم بالاضافـة إليهـا كافـة المؤسسـات المجتمعيـة، كـما أنـه يعطـي كل دولـة وكل مجتمـع سـمته الحضاريـة التـي تميـزه عـن غـيره مـن الـدول والمجتمعـات.

539 ـ نظام معلومات* Informations system - Système Des informations

النظام الذي يسهل عملية الاتصال بصفة عامة، ومعالجة المعلومات ونقلها من مصدرها إلى الجهة أو الجهات المستفيدة منها.

540 ـ نظام إرسال الملفات (إف تي بي)File Transfer* Protocol (FTP)– File Transfer Protocole

لغة حاسوبٍ / برامج لإرْسال الملفاتِ إلى خادم.

541 ـ نظرية* Theory – Théorie

مجموعة استنتاجات علمية تصف علاقات وظيفية بين متغيرات يتم قياسها أو استقراؤها، ويسبق ذلك فرضيات علمية يضعها الباحث لمعرفة العلاقة بين تلك المتغيرات البحثية، بهدف الوصف أو التنبؤ أو التحكم في الظاهرة المدروسة. هذه الاستنتاجات قائمة على التجربة العلمية والاختبار وفق المعيار النظري لعناصر مادية أو ذهنية يتحول الى مقياس صالح لاستخدامه في توجيه وقيادة تجربة جديدة.

ان فهم النظرية مسألة تتعلق بتعلم التفكير نظرياً أكثر منها بتعلم النظريات ذاتها. فهذا التفكير يلزمه في كل التجارب الحياتية، ويساعده على تخطي صعوبات بداية الطريق. وتجدر الاشارة هنا الى الشرك الأول الذي يمكن أن يقع فيه الباحث المبتدىء، وهو شرك علم الإجتماع الإمبريقي ذاته، اذا ما تحول البحث الإجتماعي إلى مجرد عملية لجمع البيانات، أو للإستغراق في جدل حول المنهج والعلاقات الإحصائية، أو لاعتماد الطريقة الإمبريقية لكشف الواقع الكامن خلف أسطورة شائعة وهو ما يسمى ب "شرك الأحجية" "Crossword Puzzle trap".

ويبقى السؤال القائل: كيف يمكننا معرفة ما إذا كانت نظرية ما صائبة أم خاطئة (وهو السؤال الأبستمولوجي المهم). وليس هناك جواب قطعي عليه، لكننا نستطيع التمييز بين تفسير أكثر كفاية أو أقل كفاية تقدمه هذه النظرية أو تلك. ومثل هذا التمييز ليس عملاً بسيطاً، إذ إنه يتضمن مجموعة من النواحي التي تختلف من شكل نظري لآخر، بيد أننا يجب أن نتذكر دائماً أننا نعيش في عالم لا يعطينا إجابات نهائية وقطعية. فمثلما يتغير هذا العالم ويصبح مكاناً مختلفاً عن ذي قبل، كذا تتغير النظرية التي هي وسيلتنا لفهم ذلك العالم.

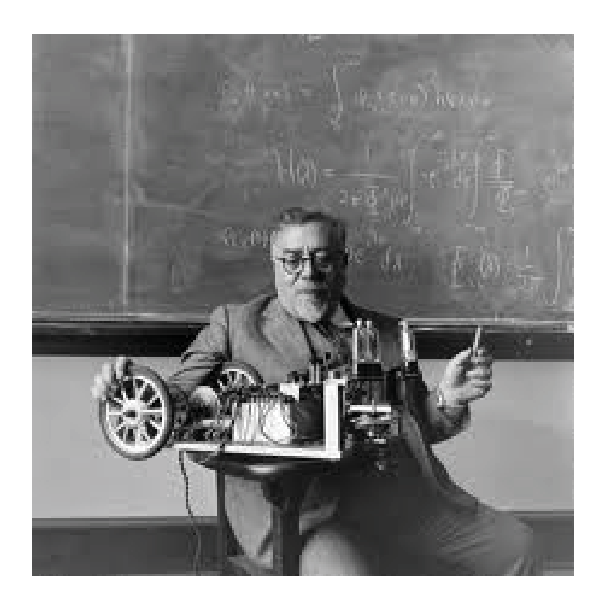
وهنـاك عـدد مـن المعايـير التـي نسـتطيع

علـى أساسـها أن نحكـم عـلى تلـك النظريـات التـي تتحـدث عــن المجتمــع. فالنظريـــة الأفضــل هـــي تلـك التـي باسـتطاعتها أن تحـدد بصـورة تفصيليـة أكـبر، العمليـات السـببية الفاعلـة والمواقـف التـي تعمـل فيهـا تلـك الآليـات السـببية. ثـم إن التماسـك المنطقـي مهـم ، فالنظريـــة التـــي تناقــض نفســها باسـتمرار يجـب أن ينظـر إليهـا بعـين الريبـة.

أما من ناحية التجربة فإن النظرية لا بد أن تقاس بناء على الأدلة التي تقدمها. ومع أن ذلك القياس لا يمكن أن يطبق بطريقة صارمة ومنظمة، غير أننا نستطيع دائماً أن نكتشف خصائص للتجربة تنبئنا إن كانت النظرية بحاجة إلى مراجعة أو لأن تستبدل بها نظرية أخرى. فقد تشير إحدى النظريات إلى أن شيئاً ما يمكن أن يحدث، ولا يحدث هذا الشيء. فلقد كرس قدر كبير من النظرية الماركسية الحديثة مثلاً، لمراجعة المنظومة الفكرية الأصلية بغية تفسير غياب الثورة الإشتراكية في أمريكا الشمالية وغرب أوروبا. وفي المقابل، قد تقترح نظرية ما أن شيئاً معيناً لن يحدث، لكنه يحدث.

ومن النادر أن ترفض نظرية بكاملها، بل إن الأمر عادة ما يأخذ شكل التنقيح والتهذيب وربما تضييق النطاق واستخدام تفسيرات إضافية. وكل النظريات ندرسها تخبرنا بشيء ما عن العالم، وهناك أدلة واضحة من التجربة البحثية،على أن إحدى النظريات أفضل من الأخرى في هذا المجال أو ذاك، ولكن مهما يكن نقص أي نظرية، فإنها جميعاً تمتلك مدى معيناً قابلاً للتطبيق.

¤ تزداد النظرية صحة عندما تقدم تنبؤات بشأن ظواهر غير مثبتة بعد، ثم تأتي الأرصاد والتجارب بإثباتها، فنظرية النسبية العامة مثلا تنبأت بانحرافات دقيقة في مدار الكوكب عطارد لم تكن مرصودة بعد، وتم التحقق من ذلك بعد ظهور النظرية مما أعطاها مصداقية أكبر.



نوربرت فينر نظرية التحكم الآلي

Norbert Wiener," La théorie de la cybernétique", 1948

من جهة أخرى تشير النظرية في المجال العلمي إلى نموذج مقترح لشرح ظاهرة أو ظواهر معينة بإمكانها التنبؤ بأحداث مستقبلية ويمكن نقدها. مثال على ذلك خطأ نظرية أرسطو (مركزية الأرض) بأن الأرض هي مركز الكون وأن الكواكب والنجوم تدور حول الأرض، وثبوت صحة نظرية فيلاكوس كوبرنيكوس بأن الشمس هي المركز (مركزية الشمس).

ومــن المفارقـات أن أحــد أهــم الكتــب المؤثـرة

في علم الإجتماع منذ الثلاثين سنة الماضية لم يكن في علم الإجتماع على الإطلاق، بل في تاريخ العلوم الطبيعية، وهو كتاب توماس كون The Structure of Scientific Revolutions (بنية الثورات العلمية)[1].

ويفرق كون Kuhn بين ما يسميه العلم "الثوري" والعلم "العادي". إن العلم العادي هو العلم المألوف المتكرر. فالعالم فيه يمتلك معرفة نظرية مقبولة، وعلما بالإجراءات التجريبية المعتادة، فضلاً عن الأدوات الضرورية لإجراء التجارب. يدعو كون هذه العناصر (مع عناصر أخرى) بالنموذج الإرشادي paradigm. ويتمثل النشاط العلمي هنا في محاولة معالجة مظاهر معينة للعالم الطبيعي، بعزلها بشكل مناسب في أوضاع تجريبية، لتنطبق على النموذج الإرشادي. وكما أن الأحجية تعطينا إطاراً ومجموعة من المفاتيح لحل اللغز، فإن النموذج الإرشادي يعطينا إطاراً عاماً ومؤشرات تدل على ما يجب أن يكون عليه شكل ذلك الواقع، فيقوم العالم بملء تلك المربعات بالتفاصيل.

542 - نظريات الإعلام والاتصال*

Communication theories- Théories de la Communication

نقصد بنظريات الإعلام والاتصال الأساسية خلاصة نتائج الأبحاث والدراسات الهادفة لتفسير ظاهرة الاتصال الحديث والتنبؤ بتطبيقاته وأثره في المجتمع ومحاولة التحكم فيه.

لذلك ترتبط النظريات بالأيديولوجيات والمعتقدات الإجتماعية والإقتصادية من جهة، وبالسياسات الإعلامية في المجتمع من جهة ثانية، من حيث مدى التحكم في الوسيلة من الناحية السياسية، وممارسات الرقابة عليها وعلى المضمون الذي ينشر أو يذاع من خلالها، وحدود الحرية وتطبيق القوانين.

¤ من أهم نظريات الاعلام والاتصال النظريات السياسية والنظريات التكنولوجية، مثل نظرية السلطة التي ظهرت في إنجلترا في القرن السادس عشر، وتعتمد على نظريات أفلاطون وميكافيللي، وترى أن الشعب غير جدير بأن يتحمل المسؤولية أو زمام السلطة، فهي ملك للحاكم أو السلطة التي يشكلها[2].



يشير بعض المنظرين إلى أن الإبادة الجماعية هي نوع من الإرهاب كما ارتكب من قبل أدولف هتلر

Some theorists suggest the genocide a type of terrorism as committed by Adolf Hitler.

---

1 ـ مي العبدالله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت 2010، ص ص. 21 - 35.

2 ـ مي العبدالله، المصدر نفسه.

وتعمل هذه النظرية على الدفاع عن السلطة فيتم احتكار تصاريح وسائل الإعلام، حيث تقوم الحكومة بمراقبة ما يتم نشره، كما يحظر نقد السلطة الحاكمة والوزراء وموظفي الحكومة. وعلى الرغم من السماح للقطاع الخاص بإصدار المجلات، إلا أنه ينبغي أن تظل وسائل الإعلام خاضعة للسلطة الحاكمة.

وتمثل تجربة هتلر وفرانكو تجربة أوروبية معاصرة في ظل هذه النظرية، وقد عبر هتلرعن رؤيته الأساسية للصحافة بقوله: إنه ليس من عمل الصحافة أن تنشر للناس إختلاف الآراء بين أعضاء الحكومة. لقد تخلصنا من مفهوم الحرية السياسية الذي يذهب إلى القول بأن لكل فرد الحق في أن يقول ما يشاء. ومن الأفكار الهامة في هذه النظرية أن الشخص الذي يعمل في الصحافة أو وسائل الإعلام الجماهيرية، يعمل بها كامتياز منحه إياه الزعيم الوطني ويتعين أن يكون ملتزما أمام الحكومة والزعامة الوطنية.

وظهرت نظرية الحرية الإعلامية في بريطانيا عام 1688، ثم انتشرت في أوروبا وأمريكا. وترى هذه النظرية أن الفرد يجب أن يكون حرا في نشر ما يعتقد أنه صحيح عبر وسائل الإعلام، وترفض هذه النظرية الرقابة أو مصادرة الفكر.

ومن أهداف هذه النظرية تحقيق اكبر قدر من الربح المادي من خلال الإعلان والترفيه والدعاية، لكن الهدف الأساسي لوجودها هو مراقبة الحكومة وأنشطتها المختلفة من أجل كشف العيوب والفساد وغيرها من الأمور، كما أنه لا يمكن بأي حال من الأحوال أن تمتلك الحكومة وسائل الإعلام. أما كيفية إشراف وسائل الإعلام في ظل نظرية الحرية فيتم من خلال عملية التصحيح الذاتي للحقيقة في سوق حرة بواسطة المحاكمة.

وتدعو هذه النظرية إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس بدون قيود من خلال جمع ونشر وإذاعة هذه المعلومات عبر وسائل الإعلام والاتصال كحق مشروع للجميع.

وقد تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملاحظات والانتقادات، حيث أصبحت وسائل الإعلام والاتصال تحت شعار الحرية تُعرض الأخلاق العامة للخطأ، وتقحم نفسها في حياة الأفراد الخاصة دون مبرر، وتبالغ في الأمور التافهة من أجل الإثارة وتسويق المادة الإعلامية الرخيصة. كما أن الإتصال اصبح يحقق أهداف الأشخاص الذين يملكون المؤسسات، على حساب مصالح المجتمع، وذلك من خلال توجيه الإعلام لأهداف سياسية أو اقتصادية، وكذلك من خلال تدخل المعلنين في السياسة التحريرية. وهنا يجب ان ندرك ان نظرية الحرية مطلوبة، لكن بشرط ان تكون في إطار الذوق العام، وتحت المراقبة، فالحرية المطلقة تعني الفوضى وهذا يسيء إلى المجتمع ويمزقه.

بعد ان تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملاحظات، كان لا بد من ظهور نظرية جديدة في الساحة الإعلامية. فبعد الحرب العالمية الثانية ظهرت نظرية المسؤولية

الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية، وتقوم هذه النظرية على مبدأ ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية. وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيباعلى آداب المهنة وذلك بعد ان استُخدمت وسائل الإعلام والاتصال في الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة مما أدى إلى إساءة الحرية أو مفهوم الحرية.

ويرى أصحاب هذه النظرية ان الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، ومن هنا يجب ان تقبل وسائل الإعلام والاتصال بالقيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع. ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام والاتصال، مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة، ونلاحظ ان هذه المعايير تفتقد إليها نظرية الحرية. ويجب على وسائل الإعلام في إطار قبولها لهذه الالتزامات، ان تتولى تنظيم أمورها ذاتيا في إطار القانون والمؤسسات القائمة. ويجب ان تكون وسائل الإعلام والاتصال تعددية تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع من خلال إتاحة الفرصة للجميع من خلال النشر والعرض، كما ان للجمهور العام الحق في ان يتوقع منها مستويات أداء عليا. أما التدخل في شؤون وسائل الإعلام فيمكن ان يكون مبرره تحقيق هذه المصلحة العامة. أضف إلى ذلك أن الإعلاميين في وسائل الإتصال يجب ان يكونوا مسؤولين أمام المجتمع بالإضافة إلى مسؤولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية.

وتهدف نظرية المسؤولية الاجتماعية إلى رفع مستوى التصادم إلى مستوى النقاش الموضوعي البعيد عن الانفعال، كما تهدف إلى تعزيزدورالإعلام للترفيه والحصول على الربح، إلى جانب الأهداف الاجتماعية الأخرى .

ويحظر على وسائل الإعلام نشر أو عرض ما يساعد على الجريمة أو العنف أو ماله تأثير سلبي على الاقليات في أي مجتمع، كما يحظر على وسائل الإعلام التدخل في حياة الأفراد الخاصة. وبإمكان القطاعين العام والخاص ان يمتلكا وسائل الإعلام في ظل هذه النظريات، ولكن نظرية المسؤولية الاجتماعية تشجع القطاع الخاص على امتلاك وسائل الإعلام والاتصال.

ومن نظريات الإعلام والاتصال السياسية ايضا النظرية الاشتراكية، وقد وضع أساسها ماركس وأنجلز، ووضع قواعد تطبيقها لينين وستالين، ويمكن إيجازها في أن الطبقة العاملة هي التي تمتلك السلطة في أي مجتمع اشتراكي، وحتى تحتفظ هذه الطبقة بالسلطة والقوة فإنها لابد ان تسيطر على وسائل الإنتاج الفكري التي يشكل الإعلام الجزء الأكبر منها، لهذا يجب ان تخضع وسائل الإعلام لسيطرة وكلاء لهذه الطبقة العاملة وهم في الأساس يمثلون الحزب الشيوعي .

إن المجتمعات الاشتراكية يفترض أنها لا طبقية، وبالتالي لا وجود لصراع للطبقات، لذلك لا ينبغي ان تنشأ وسائل الإعلام على أساس التعبير عن مصالح متعارضة حتى لا

ينفذ الخلاف ويشكل خطورة على المجتمع.

وقد ارتبط التطور النظري بالتطور التكنولوجي في علوم الإعلام والاتصال، ومن أبرز النظريات التكنولوجية التي أحدثت جدلا كبيرا بين الباحثين نظرية مارشال ماكلوهان الذي اهتم خصوصا بالطريقة التي تؤثر بمقتضاها وسائل الإعلام والاتصال، ولم يهتم بتأثير اللغات. انشغل بنظرة الفرد للعالم، وبالطرق التي يفكر بمقتضاها، ونظريته الرئيسية تقوم على أن وسائل الإعلام والاتصال لا تنقل فقط معلومات، ولكنها تقول لنا ما هو نوع العالم الموجود. هذا لا يجعل حواسنا تثار وتتمتع فقط، ولكنها تعدل نسبة استخدامنا للحواس، وتغير في الواقع شخصيتنا. ولم يكن ماكلوهان أول من قال أن الأشياء التي نكتب عليها كلماتنا لها أهمية أكبر من الكلمات نفسها، ولكن الطريقة التي قدم لنا بمقتضاها هذه الفكرة هي التي تقتبس باستمرار. فهو الذي قال : الوسيلة هي الرسالة، لأن طبيعة كل وسيلة إعلامية، وليس مضمونها، هو الأساس في تشكيل المجتمعات[1].

بالنسبة لماكلوهان، أصبحت التكنولوجيا الحديثة، مثل التليفزيون، ظرفاً جديداً محيطاً، مضمونه ظرف أقدم. وهذا الظرف الجديد يعدل جذريا الأسلوب الذي يستخدم به الناس حواسهم الخمس، والطريقة التي يستجيبون بها إلى الأشياء. ولا يهم إذا عرض التليفزيون خلال عشرين ساعة يوميا أفلام رعاة البقر التي تنطوي على عنف وقسوة، أو برامج ثقافية راقية، فالمضمون غير مهم، ولكن التأثير العميق للتليفزيون هو الطريقة التي يعدل بمقتضاها الناس الأساليب التي يستخدمون بها حواسهم Sensory Patterns .

تعتبرالنظرية الخاصة بامتداد الحواس من أهم الإضافات التي قدمها مارشال ماكلوهان إلى ما قاله هارولد أنيس في كتابه "تحيز الاتصال". فقد حلل ماكلوهان الطريقة التي يفترض أن يؤثرالمطبوع بمقتضاها، وقال أن المطبوع يفرض منطقاً معيناً على تنظيم التجربة البصرية، لأنه يقسمم الواقع إلى وحدات منفصلة ومتصلة بشكل منطقي وسببي، يتم إدراكها بشكل سطري على الصفحة، بعد تجريدها من طبيعة الحياة الكلية، غير المرتبة، وذات الأبعاد الحسية المتعددة. ويسبب هذا عدم توازن في العلاقة بالظروف المحيطة، لأن المطبوع يؤكد نوعا من المعلومات يتم إدراكها بواسطة العين بدلاً من المعلومات التي يحصل عليها الفرد بواسطة الاتصال الشخصي عن طريق كل الحواس، ولأن الكتابة والقراءة هما من أوجه النشاط الشخصية التي تتناول تجربة مجردة، فهما يفقدان الفرد قبليته، ويأخذانه خارج الثقافة الشفهية الوثيقة العرى، ويضعانه في ظرف خاص أو شخصي، بعيداً عن الواقع الذي يتناوله اتصاله.

وبالطبع فإن تطور المطبوع يسبب تماثلاً بين أبناء البلد الواحد، ويقرب البعيد، وبهذا تحل المدينة محل القرية، وتحل دولة الأمة محل دولة المدينة.

1 ـ أنظر: نظريات الاتصال، مرجع سابق.

ويعني ماكلوهان أيضا بفكرة "الوسيلة هي الرسالة " بالإضافة إلى ما سبق، أن مضمون أي وسيلة هو دائما وسيلة أخرى، فالضوء الكهربائي مثلاً هو معلومات صرفة، فهو وسيلة بلا رسالة، إلا إذا استخدم لتقديم إعلان أو رسم. ولكن إذا نظرنا إلى الكتابة نجد أن مضمونها هو الكلام، والكلمة المكتوبة هي مضمون المطبوع، والمطبوع هو مضمون التلغراف، ومضمون الكلام هو عملية التفكير التي تعتبر غير لفظية، فمضمون الظروف الجديدة هو الظروف الأقدم. ونحن نحاول دائما أن نفرض الشكل القديم على المضمون الجديد. وحينما كان الإنتاج الآلي جديداً خلق، بالتدريج، ظروفا محيطة جديدة كان مضمونها الظروف القديمة للحياة الزراعية والفن والحرف. فالظرف الآلي الجديد الذي يحيط بالأفراد قد حول الطبيعة إلى شكل فني، وللمرة الأولى بدأ الإنسان يعتبر المطبعة مصدراً لقيم جميلة وروحية. وبدأ الناس بالإعجاب بالعصور السابقة، بينما لم يكن الأفراد الذين عاشوا في العصور التي سبقت عصر الإنتاج الآلي على وعي بعالم الطبيعة كفن، وكل تكنولوجيا جديدة تخلق ظروفا جديدة محيطة تعتبر هي نفسها فاسدة تحط بالشأن، ولكن الجديد يحول ما يسبقه دائما إلى شكل فني[1].

حينما كانت الكتابة جديدة، حول أفلاطون الحوار الشفهي القديم إلى شكل فني، وحينما كانت الطباعة جديدة أصبحت العصور الوسطى شكلاً فنياً، وحول عصر الصناعة عصر النهضة إلى شكل فني.

ونظرا لأن التكنولوجيا الحديثة المتغلغلة قد خلقت سلسلة كاملة من الظروف الجديدة، أصبح الإنسان واعيا ومدركا للفنون على أنها ضد الظروف المحيطة، والأسلوب الذي تدرب به الإنسان قديماً على الملاحظة لم تعد له صلة بالعصر الذي نعيش فيه، لأنه يقوم على الاستجابات السيكولوجية والمفاهيم التي تأثرت بالتكنولوجيا القديمة(الميكانيكية)، وقد يفسر هذا "عصر القلق" الذي نعيش فيه، فنحن نشعر بالقلق لأننا نحاول أن نقوم بعمل اليوم بأدوات الأمس، وبمفاهيم الأمس.

و قد شارك علماء الاجتماع و المؤرخون و السياسيون و الجمهور العام بالإعتقاد في قدرة وسائل الاتصال الجماهيرية على تحقيق تأثيرات سياسية و اجتماعية هامة. و لقد ركز العلماء المهتمون في وسائل الاتصال في السنوات الاخيرة على الوعي و المعلومات في عملية الاتصال، و أكدت الأبحاث على هذا الصعيد على التأثيرات الإجتماعية الهامة الناتجة من التعرض لوسائل الإتصال. و أن الناس يتعلمون بالفعل من الاتصال الجماهيري. و هم من خلال معرفة المعلومات الحقيقية حول الشؤون العامة و ما يحدث في العالم يتعلمون مقدار ما يعطونه من الأهمية لمسألة أو موضوع ما من التوكيد الذي له وسائل الاتصال الجماهيرية.

و تؤكـد الابحـاث المتعلقـة بتأثـيرات وسـائل الاتصـال الجماهيريـة، عـلى ان تلـك الوسـائل تلعـب دورا هامـا في تشـكيل حقيقتنـا الاجتماعيـة

1 ـ مي العبدالله، المصدر نفسه.

من خلال اختيارنا للاخبار والمواد الإعلامية الاخرى وعرضها. و تحدد وسائل الإعلام والاتصال الى درجة كبيرة المسائل المعرفية الهامة التي تثير اهتمام الافراد.

وهنا تكمن أعظم التأثيرات المعرفية لوسائل الاتصال، و هي في مقدرتها على ترتيب وتنظيم عالمنا : قد لا تكون وسائل الاتصال الجماهيري ناجحة في إخبارنا المسائل التي نفكر بها، ولكنها تكون ناجحة بشكل مذهل في إخبارنا بما الذي يجب أن نفكر فيه.

ووظيفة وسائل الاتصال المعرفية يعود مفهومها إلى توجيه اهتمام الافراد الى الجوانب المعرفية للاتصال، و الى الوعي و المعلومات. و تتعلق المعارف كذلك بمعرفتنا و معتقداتنا عن الأشياء التي تثير اهتمامنا سياسية كانت أم اجتماعية أو أية أمور أخرى.

ونظرا لاختلاف ظروف العالم النامي، وبخاصة الدول التي ظهرت للوجود في منتصف القرن العشرين، التي تختلف عن الدول المتقدمة من حيث الإمكانيات المادية والاجتماعية، كان لا بد لهذه الدول من نموذج إعلامي يختلف عن النظريات الأساسية التي استعرضنا بعضها، ويناسب هذا النموذج أو النظرية أو الأوضاع القائمة في المجتمعات النامية، فظهرت النظرية التنموية في عقد الثمانينات، من القرن الماضي، وتقوم على الأفكار والآراء التي وردت في تقرير لجنة ماك برايد حول مشكلات الاتصال في العالم الثالث. هذه النظرية تخرج عن نطاق بعدي الرقابة والحرية كأساس لتصنيف الأنظمة الإعلامية، فالأوضاع المتشابهة في دول العالم الثالث تحد من إمكانية تطبيق نظريات الإعلام والاتصال التي أشرنا إليها في السابق، وذلك لغياب العوامل الأساسية للاتصال كالمهارات المهنية والمواد الثقافية والجمهور المتاح.

إن المبادئ والأفكار التي تضمنتها هذه النظرية تعتبر مهمة ومفيدة لدول العالم النامي، لأنها تعارض التبعية وسياسة الهيمنة الخارجية. كما أن هذه المبادئ تعمل على تأكيد الهوية الوطنية والسيادة القومية والخصوصية الثقافية للمجتمعات. وعلى الرغم من أن هذه النظرية لا تسمح إلا بقدر قليل من الديمقراطية، حسب الظروف السائدة، إلا أنها في نفس الوقت، تفرض التعاون وتدعو إلى تضافر الجهود بين مختلف القطاعات لتحقيق الأهداف التنموية. وتكتسب النظرية التنموية وجودها المستقل من نظريات الاتصال الأخرى من اعترافها وقبولها للتنمية الشاملة والتغيير الاجتماعي.

وتتلخص أفكار هذه النظرية في النقاط التالية:

- إن وسائل الإعلام والاتصال يجب أن تقبل تنفيذ المهام التنموية بما يتفق مع السياسة الوطنية القائمة.

- إن حرية وسائل الإعلام والاتصال ينبغي أن تخضع للقيود التي تفرضها الأولويات التنموية والاحتياجات الاقتصادية للمجتمع.

- يجب أن تعطي وسائل الإعلام والاتصال الأولوية للثقافة الوطنية واللغة الوطنية في محتوى ما تقدمه.

- إن وسائل الإعلام والاتصال مدعوة إلى إعطاء أولوية فيما تقدمه من أفكار ومعلومات لتلك الدول النامية الأخرى القريبة جغرافيا وسياسيا وثقافيا.

- إن الصحفيين والإعلاميين في وسائل الاتصال لهم الحرية في جمع وتوزيع المعلومات والأخبار.

- إن للدولة الحق في مراقبة وتنفيذ أنشطة وسائل الإعلام واستخدام الرقابة خدمة للأهداف التنموية.ـ

وتعد نظرية المشاركة الديمقراطية أحدث إضافة لنظريات الإعلام وأصعبها تحديداً، فقد برزت من واقع الخبرة العملية كاتجاه إيجابي نحو ضرورة وجود أشكال جديدة في تنظيم وسائل الإعلام والاتصال. وقامت النظرية كرد فعل مضاد للطابع التجاري والاحتكاري لوسائل الإعلام المملوكة ملكية خاصة، كما أن هذه النظرية قامت رداً على مركزية مؤسسات الإذاعة العامة، التي قامت على معيار المسؤولية الاجتماعية، وتنتشر بشكل خاص في الدول الرأسمالية.

فالدول الأوروبية التي اختارت نظام الإذاعة العامة، بديلاً عن النموذج التجاري الأمريكي كانت تتوقع قدرة الإذاعة العامة على تحسين الأوضاع الاجتماعية والممارسة العاجلة للإعلام، ولكن الممارسة الفعلية لوسائل الإعلام أدت إلى حالة من الإحباط وخيبة الأمل بسبب التوجه النخبوي لبعض منظمات الإذاعة والتلفزيون العامة، واستجابتها للضغوط السياسية والاقتصادية ولمراكز القوى في المجتمع، كالأحزاب السياسية ورجال المال ورجال الفكر.

ويعبر مصطلح «المشاركة الديمقراطية» عن معنى التحرر من نظام الأحزاب والنظام البرلماني الديمقراطي في المجتمعات الغربية، والذي أصبح مسيطرا على الساحة ومتجاهلاً للأقليات والقوى الضعيفة في هذه المجتمعات، وتنطوي هذه النظرية على أفكار معادية لنظرية المجتمع الجماهيري، الذي يتسم بالتنظيم المعقد والمركزية الشديدة ،والذي فشل في توفير فرص عاجلة للأفراد والأقليات في التعبير عن اهتماماتها ومشكلاتها.

وترى هذه النظرية أن نظرية الصحافة الحرة (نظرية الحرية) فاشلة بسبب خضوعها لاعتبارات السوق التي تجردها أو تفرغها من محتواها، وترى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية غير ملائمة بسبب ارتباطها بمركزية الدولة، ومن منظور نظرية المشاركة الديمقراطية فإن التنظيم الذاتي لوسائل الإعلام لم يمنع ظهور مؤسسات إعلامية تمارس سيطرتها من مراكز قوى في المجتمع، وفشلت في مهمتها وهي تلبية الاحتياجات الناشئة من الخبرة اليومية للمواطنين أو المتلقين لوسائل الإعلام

والاتصال[1].

وهكذا فإن النقطة الأساسية في هذه النظرية تكمن في الاحتياجات والمصالح والآمال للجمهورالذي يستقبل وسائل الإعلام والاتصال. وتركز النظرية على اختيار وتقديم المعلومات المناسبة وحق المواطن في استخدام وسائل الاتصال من أجل التفاعل والمشاركة على نطاق صغير في منطقته ومجتمعه. وترفض هذه النظرية فكرة المركزية أو سيطرة الحكومة على وسائل الإعلام والاتصال، ولكنها تشجع التعددية والمحلية والتفاعل بين المرسل والمستقبل والاتصال الأفقي الذي يشمل كل مسؤوليات المجتمع. ووسائل الإعلام والاتصال التي تقوم في ظل هذه النظرية سوف تهتم أكثر بالحياة الاجتماعية وتخضع للسيطرة المباشرة من جمهورها، وتقدم فرصا للمشاركة على أسس يحددها الجمهور بدلا من المسيطرين عليها.

إذا كانت نظريات الإعلام الغربية قد ركزت على الحقوق والحريات والتأثيرات السياسية لوسائل الإعلام والاتصال، فإن النظريات التي اهتمت بتفسير واقع الأنظمة الإعلامية في دول العالم الثالث أو الدول النامية، قد ركزت على طبيعة الدور الذي ينبغي أن تسهم به وسائل الإعلام في تحقيق التنمة الشاملة والمستقلة.

1 ـ Voir: Mustapha Guenaou, “Web revolution: origines et conséquences”, revue Communication et Développement, No 3, Dar Annahda Alarabiyya, Beyrouth septembre 2011, pp.119-142.



صورة نمطية للمرأة

Stereotype of the woman

543 ـ نمطي* Typical – Typique

المتجه باستمرار نحو إعطاء الحقيقة تصورات معنوية جامدة وثابتة لا تتغير.

544 ـ نوع محلي عالمي Glocal genre* - Genre glocal

أي نص تنتجه وسائل الإعلام، من طرف مجموعات محلية، ويأخذ بعدا عالميا بأفكار عالمية.

✵ ✵ ✵

545 ـ هجوم إعلاني –* Attack ad Attaque publicitaire

الإعلان السياسي الذي يستخدم من خلال تكرار الهجوم السلبي على شخصية مرشح أو خصم سياسي.

546 ـ هدف إعلامي* Media target - Objectif médiatique



هجوم إعلامي

Attack ad

الهدف الذي يقترن مع النص الإعلامي دائما ويكون عادة هدفا مطلبيا عمليا محددا، يسعى إلى تحقيق غاية إعلامية أو التأثير على الرأي العام من جهة إحداث انعكاس أو شل انعكاس معين.

547 ـ هندسة المعلومات* Information architecture -Architecture de l'information

البنية التنظيمية التي تقوم عليها منظومة معلوماتية أو التي تقوم عليها إدارة محتوى معلوماتي كالمواقع الشبكية على سبيل المثال. ويتوجب على هذه البنية أن تكون مكيفة مع استراتيجيات البحث عن المعلومات لدى المستعملين، كما يجب أن تسمح بالوصول السهل للمعلومات الجيدة من خلال اقتراح نقاط استدلال بالواجهة.

548 ـ هوس الاستطلاعات *-Sondomania- Sondomanie

النزعة الموجودة عند بعض الصحف أو بعض البرامج الإخبارية في الاستناد إلى استطلاعات الرأي لفرض موضوع معين على أجندة الأخبار. ويأتي اللجوء إلى استطلاعات الصحف هنا كبديل عن المواطنين أو المسؤولين السياسيين أو الجمعيات في طرح القضايا التي تشكل النقاش العام.



549 ـ وسائل الإعلام والاتصال

Media- Médias*

مؤسسات، رسمية أو غير رسمية، مهمتها نشر الأخبار ونقل المعلومات، وقد تطورت وظائفها الى الترفيه والتسلية خصوصا بعد الثورة التلفزيونية وانتشارها الواسع.

¤ مارس الإنسان البدائي الاتصال من خلال عدد محدود من الأصوات مثل: الزمجرة، والهمهمة، والدمدمة، والصراخ، إضافة إلى استخدام الإشارات، بالأيدي والأرجل، فكان التفاهم صعبا وبطيئا، أدى إلى تخلف البشرية آلاف السنين، نظرا لضعف القدرة البشرية على التعبير عن ذاتها، فضلا عن أفكارها.

والحاجة للبقاء دفعت الإنسان للتعلم، شيئا فشيئا، وهو ينتقل ببطء تدريجي من العصر الحجري لآلاف السنين، إلى عصر الحياة المستقرة والإقامة الدائمة في جماعات تزايدت أعدادها مع مرور الزمان، وبدأت تصنع لنفسها لغة تخاطب منطوقة، ويذكر المؤرخون أن منطقة الشام والعراق، شهدت حضارات قديمه، قبل سبعة آلاف سنه من ميلاد المسيح عليه السلام، عرفت الزراعة وتربية الحيوانات، وكانت لها لغة تخاطب ساعدت على تأقلم الناس مع بعضهم ودفعتهم لحل نزاعاتهم الشخصية والتفرغ لبناء حضارة إنسانيه، لا يمكن لها أن تقوم دون لغة، وكانت الرموز التصويرية، من خلال صور ورسومات بدائيه، يتم حفرها على الحجارة، هي الخطوة الأولى في تعلم النطق والكتابة.

وبدأت الكتابة بعد فترة من استقرار المجتمعات الزراعية ، حين بدأت الحاجة لتسجيل الأراضي والأملاك، وطور المصريون القدماء نظاما لتحديد الأيام والشهور والسنوات، ليواجهوا أوقات الفيضانات في مواعيدها، كما استخدموا قبل خمسة آلاف سنه من الميلاد الكتابة التصويرية في الكتابة على المعابد والمقابر وفي تسجيل الأحداث الهامة، عن طريق حفرها على الحجارة، وكان كل رمز أو رسم يعني فكرة معينه ، مما يتطلب من الكاتب والقاري ، حفظ عدد هائل من تلك النماذج الرمزية، ثم طور السومريون العراقيون الكتابة بالرموز الصوتية ثم استغرق الأمر عدة قرون أخرى لظهور الكتابة الألف بائيه في بلاد الإغريق عام 700 قبل الميلاد، وتعتمد على استخدام الحروف للتعبير عن المنطوق الصوتي، وكان أهم انجاز بشري، ظهر من خلاله الأبجديات اللغوية لشعوب العالم، فأصبح لدينا 28 حرفاً للغة العربية، و26 حرفاً للغة الانجليزية، فكل شعب له لغته الخاصة التي تعلمها وأتقنها ، كما يتعلم الطفل

الصغير النطق من أمه وأبيه، فهناك الايطالية والفرنسية والعبرية واللاتينية[1] .

مع تطور الكتابة، تطورت الوسائل التي يتم الكتابة عليها، فقد استخدم المصريون الحفر على الحجارة، واستخدم السومريون العصا المدببة للكتابة على ألواح الطمي، وكانت المشكلة في صعوبة نقل هذه المواد، حتى اكتشف المصريون الكتابة على أوراق البردى، كما اكتشفت قبائل المايا الكتابة على لحاء الأشجار، إلى أن اكتشف الصينيون الورق ونقلوه إلى العالم، ووصلت صناعته إلى بغداد في عهد الخليفة هارون الرشيد ، ثم انتشر الورق في أوربا بعد فتح العرب للأندلس، وبعد قرون قليله اكتشف الجواهرجي الألماني جونتبرج طريقه لخلط الرصاص بمعادن اخرى لعمل السبائك، طورها لطباعة الأحرف مستخدما آلة ضخمة لعصر النبيذ كمطبعة، نجح في تشغيلها عام 1436 ومع بداية القرن16، بدأت الصحافة الورقية المطبوعة تنتشر[2].

وجاءت المساهمات الأولى لدراسة الاتصال من علماء ما كان يسمى بالبلاغة، و كانوا ينظرون إلى الاتصال على أنه الفن العملي للإقناع، و أهم من كتب عن الاتصال و دراسته قديماً هما أرسطو وأفلاطون اللذان نظرا إلى البلاغة وممارسة الخطابة بوصفهما

1 ـ طارق سيد أحمد الخليفي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة، دار كريدية للطباعة والنشر، بيروت 2012، ص ص.16 - 23.

2 ـ طارق سيد أحمد الخليفي، المصدر نفسه.

فناً ومجالاً جديراً بالدراسة. فقد نظرا ومنذ البداية إلى الاتصال على أنه عملية يصوغ فيها المتكلم رسائل تأتي له ببعض الاستجابات المرغوبة عند المستقبل وهذا المنظور الكلاسيكي (م- ر - م) مرسل- رسالة- مستقبل.

وساهمت الصحافة الى جانب البلاغة والخطابة في تاريخ دراسة الاتصال، فقد اهتمت الصحافة بشكل أساسي في البداية مثل البلاغة بالأمور العملية لا النظرية، ومع بداية القرن العشرين فإن كلاً من البلاغة والخطابة قد صار علما مستقلاً بذاته، وبدأت الصحافة في الاستقلال بوصفها مادة دراسية قائمة بذاتها. واستمرت الرغبة في دراسة الاتصال مع بدايات هذا القرن في مجال البلاغة والخطابة وفي الصحافة، وأدى اكتشاف الراديو وبعده التلفاز إلى تطبيق أوسع للمفاهيم الصحفية وإلى تطوير نظريات أكثر لهذه العملية بمجملها..

وكانت سنوات الأربعينيات والخمسينيات سنوات نمو متداخل في العلوم، وذلك لأن علماء من مجالات مختلفة قدموا نظريات عن الاتصال تعدت مجالات تخصصاتهم، ومن هؤلاء «لاسويل Lasswell" و"شانون schannon" و"ويفر weaver" و"شرام schramm" و"كاتز ولازارسفيلد katz and Lazarsfeld" و"وستلى westly" و"ماكلين Maclean".

أمــا الســتينيات فكانــت أعــوام التكامــل وكتــب أثناءهــا كثــير مــن العلــماء في تحليــل مــا

كتب عن البلاغة والخطابة والصحافة ووسائل الاتصال الجماهيرية، بالإضافة إلى علوم أخرى، و ظهرت كتب عظيمة في هذا المجال خلال هذه الفترة، وكانت فترة السبعينيات سنوات نمو لا مثيل لها فيما سبق. وحدثت خلالها تطورات أدت إلى تقدم البحث والكتابة في مجالات الاتصال الشخصي والجماعي والتنظيمي والسياسي والدولى والثقافي، واتسمت أواخر السبعينيات وبداية الثمانينيات بتجديد الاهتمام بتقنية الاتصال وبتطوير سياسة ملائمة لاستعمالها. و في هذه الفترة الحديثة من التاريخ، تطور عدد من نماذج عملية الاتصال التي جاءت امتداداً لأعمال العلماء السابقين، ومن هذه أعمال "بيرلو Berlo" و"نيوكومب Newcomb" و"دانس Dance" و"واتزلاويك Watzlaick" و"بيفن Beavin" و"جاكسون Jackson" و"روجز Rogers" و"كنكيد Kincaid"[1].

550 ـ وسيط معلوماتي

Information broker*-

Courtier en information

محترف يقوم بالبحث عن المعلومات لحساب زبون. يتم الاستعانة بالوسيط للوصول إلى مصادر لا يمكن الوصول إليها أو التي لم يتحكم فيها. إضافة إلى الوسطاء المعتمدين فإن الوكالات الإقليمية للمعلومات الاستراتيجية والتكنولوجية المنبثقة عن غرف التجارة والصناعة تعمل أيضا كوسيط معلوماتي.

1 ـ شريف اللبان وهشام عطية ، مقدمة في مناهج البحث الاعلامي، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة 2008، ص ص. 52 - 63.

551 ـ ويكيبيديا - Wikipédia *Wikipedia

أشهر موسوعة على شبكة الأنترنت، فهي موسوعة مجانية متعددة اللغات، أنشئت في الأول من مارس 2002، واسمها مركب من ويكي، وانساكليوبيديا أي الموسوعة.

يتم تحرير مضامينها بشكل تعاوني، فأغلب مقالاتها تكتب من طرف أي شخص يستطيع الولوج إلى شبكة الأنترنت، لهذا هناك جدل حول مدى دقة المعلومات الواردة فيها وموضوعيتها.

552 ـ الوسائط الجديدة -*New media

Nouveaux médias

هي التقنيات التي ولدت من تزاوج الإعلام الآلي بتقنيات الاتصال عن بعد، وسمحت بفضل الكابلات والأقمار الصناعية بتطوير مفهوم الإعلام والاتصال. فظهرت أشكال جديدة من الاستخدامات الاتصالية، دخلت على الوسائل الاعلامية التقليدية وطورت وظائفها.

¤ في السنوات الأخيرة أخذت صناعة الوسائل الإلكترونية تتطور

بسرعــة فائقة، وشــهد هذا القطــاع ظهور أنــواع وأشــكال مختلفة عديــدة جديدية للوســائط الحاملة للصوت والصــورة والتي تســهل الاتصــال عــن بعــض ومعالجــة البيانــات بالأســاليب والوســائل الرقميــة المتطورة، فسميت بالوســائط الجديدة» أو «الإعلام الجديــد» أو«نيــو ميديا».

553 ـ وسائط متعددة *-Multimedia Multimédia

يشير مفهوم الوسائط المتعددة إلى تكامل وترابط مجموعة من وسائل الاعلام والاتصال، في شكل من أشكال التفاعل المنظم والاعتماد المتبادل، يؤثر كل منها في الآخر، وتعمل جميعها من أجل تحقيق هدف واحد أو مجموعة من الأهداف.

¤ ظهر مفهوم الوسائط المتعددة مع بدايات استخدام مدخل النظم في التعليم، وقد ارتبط في بداية ظهوره بالمعلم، وكيفية عرضه للوسائل التي يريد أن يستخدمها، والعمل على تحقيق التكامل بينها، والتحكم في توقيت عرضها، وإحداث التفاعل بينها وبين المتعلم في بيئة التعليم. ويعتبر من أكثر المفاهيم ارتباطا بحياتنا اليومية والمهنية الآن ولفترة مستقبلية، حيث أصبح بالإمكان إحداث التكامل بين مجموعة من أشكال الوسائل، عن طريق الإمكانات الهائلة للكمبيوتر، كما أصبح بالإمكان إحداث التفاعل بين هذه الوسائل وبين المتعلم في بيئات التعليم.

وقد أدى ظهور إمكانات إحداث التزاوج بين الفيديو والكمبيوتر إلى حدوث طفرة هائلة في مجال تصميم وإنتاج برامج الوسائط المتعددة وعرضها من خلال الكمبيوتر والوسائل الإلكترونية.

وتمزج برامج الوسائط المتعددة بين الكتابات والصور الثابتة والمتحركة والتسجيلات الصوتية والرسومات الخطية لعرض الرسالة، ويستطيع المتعلم أن يتفاعل معها مستعينا بالكمبيوتر.

ويمكن من خلال برمجة عروض الوسائل الفائقة وضع الوصلات وترتيب المحتوى بالتسلسل الذي يناسب كل مستخدم، حيث يتيح وضع الوصلات بين أجزاء المحتوى حرية التنقل للمستخدم وإبحاره فى العرض بالأسلوب الذي يناسبه.

وتســمح تكنولوجيــا الوســائل الفائقــة بتقديــم طريقــة غــير خطيــة لتصفــح المعلومــات بطريقــة إلكترونيــة، ويمكــن تنظيــم شــبكات التعلــم في شــكل وســائل فائقــة التداخــل لتشــجيع الطــلاب عــلى البحــث عــن المعلومــات مــن خــلال المــواد

التعليميـــة، التـــى تقـــدم فى بيئـــة الوســـائل الفائقـــة بالأســـلوب الـــذي يتفـــق مـــع طريقـــة تفكيرهـــم ومنطقهـــم الـــذاتي وتعتـــبر شـــبكة WWW World Wide Web المحملـــة عـــلى شـــبكة الإنترنـــت مـــن الأدوات التـــى تمثـــل الوســـائل الفائقـــة والتـــي أصبـــح مـــن الممكـــن اســـتخدامها في البحـــث عـــن المعلومـــات وأجزائهـــا الدقيقـــة عـــلى هـــذه الشـــبكات المتطـــورة .

ان مصطلح تكنولوجيا الوسائط المتعددة المتفاعلة يعد تعبيراً آخر لمصطلح الوسائل الفائقة أو مرادفاً له، فالوسائل الفائقة تكون برمجيات تتناول التمثيل لعناصر الوسائط المتعددة في نمط غير خطى مع الإثراء الزائد في عرض عناصر هذه الوسائط والتي تكون مساعدة للمستخدم ليدرك المعلومات والمفاهيم التي ترد فى النصوص الكثيرة ويزود المستخدم بطرق متنوعة للإبحار. أما تكنولوجيا الوسائط المتعددة المتفاعلة فتشير إلى السمات أو الخصائص السمع – بصرية التفاعلية لأنظمة الوسائل الفائقة، فالمعلومات تكون مخزنة في شكل عقد (مفاهيم) وتكون متصلة ببعضها بواسطة روابط متحدة مع بعضها والعقد والوصلات تكون مرتبطة هي الأخرى داخل نظام أكبر، أو يتم بناؤها في ضوء حاجات الفرد حتى يتمكن من الإبحار في قواعد البيانات، ويمكن أن تحتوي قواعد بيانات الوسائط المتعددة على أجزاء من الوسائل الفائقة بداخلها.

554 ـ وساطة االكترونية

Cybermediation Cybermédiation*-

اللجوء إلى خدمات وسيط عبر الأنترنت لفض نزاع مرتبط بعالم الأنترنت قابلة للخضوع للمعالجة القضائية، وذلك بهدف حل الخلاف عن طريق تحكيم الوسيط بدلا من اللجوء إلى القضاء.

555 ـ وسيلة الاتصال التقليدية* Traditional media - Médias traditionnels

وسيلة الإتصال التي اعتاد الجمهور على استخدامها كالصحافة والسينما والتلفزيون والاذاعة. وكلمة تقليدية هنا تعني الاعتياد والقدم في التعامل.

556 ـ وسيلة الاعلام والاتصال الجماهيرية* Mass media – Médias de masse

الوسيلة غير الشخصية للاتصال التي عن طريقها تنقل كل المعلومات السمعية البصرية بشكل مباشر إلى الجماهير العريضة، وهي الأدوات المستخدمة في الاتصال مع الجماهير، وهذا التعريف يتضمن جانبين: الأول متصل بالوسائل الفنية للنقل والاتصال، والثاني متصل بالجمهور.

يوجـــد العديـــد مـــن وســـائل الاتصـــال

الجماهيري، إلا أن أهمها وأكثرها تأثيرًا وإقناعًا يتمثل في ثلاث وسائل أساسية، الوسائل المقروءة (الصحافة والمطبوعات بشكل عام)، والوسائل المسموعة (الراديو)، والوسائل المسموعة – المرئية (التليفزيون - السينما).

¤ تعد الطباعة احد أبرز الإبتكارات البشرية في كل العصور، وقد أحدثت تغييراً مذهلاً في الاتصال، حيث أصبح من الممكن إنتاج آلاف النسخ من الكتاب الواحد بقدر كبير من الدقة والسرعة. وبداية الاتصال المطبوع تعود إلى منتصف القرن الخامس عشر، حينما اخترع يوحنا جوتنبرج (**1398 - 1468**) المطبعة ذات الحروف المعدنية، واستطاع أن يطبع الكتاب المقدس عام **1455**.

لعب إنشاء مرفق البريد دورًا مؤثرًا في تطور الصحافة، فقد ارتبط تطوره بتطور الصحافة، وقد ظهرت الخدمة البريدية في فرنسا عام 1464، وفي انجلترا عام 1478، وكان الغرض من إنشاء ذلك المرفق جمع الخطابات والصور في مكان معين ونقلها بسرعة وانتظام إلى المرسل إليه، نظير أجر معين.

وكان لظهور الوسائل العلمية الحديثة أثر كبير في انتشار الصحافة بين الأمم وتطورها، فقد وفرت الثورة الصناعية المطبعة البخارية، ثم المطبعة الكهربائية، وبعد أن كانت الصحف في بداية نشأتها مقصورة على الخاصة من الناس، زاد انتشارها بين العامة، وظهرت أشكال جديدة من الفن الصحفي، كالطباعة بالألوان، والتصوير الفوتوغرافي، وظهور الأنظمة الحديثة للتوزيع، واستخدام الوسائل السريعة كالطائرات في نقل الصحف، كما أدى استغلال الصحف في الإعلان إلى تخفيض أسعارها، مما زاد توزيعها وانتشارها، وخلقت هذه الظروف ما يعرف بالاتصال الجماهيري الذي وفر وسائل الإعلام بأسعار في متناول الرجل العادي.

وفي نهاية القرن التاسع عشر، أصبح واضحاً لرواد علم الإجتماع في ذلك الحين أن وسائل الإعلام المطبوعة (الكتب والصحف والمجلات) تقوم بأحدث تغييرات جذرية في الظروف الإنسانية، وعلى سبيل المثال أكد عالم الإجتماع الأمريكي تشارلز هورتون كولى في عام 1909 أن وسائل الإعلام المطبوعة كانت أكثر تأثيراً من حيث قدرتها على التعبير ونقل الأخبار والمشاعر على نطاق واسع، والتغلب على المسافة من خلال سرعتها في الوصول إلى القارئ، وكذلك من خلال خاصية الإنتشار والوصول إلى جميع الطبقات.

وكان من الواضح أن عصر الإتصال الجماهيري سوف يلغي حدود العزلة بين الناس في العالم، وسوف يحقق تغييرات كبيرة في تنظيم وعمل المجتمع، وكما قال كولى :

إن الإعلام الجديد يمثل ثورة في جميع مراحل الحياة، في التجارة والسياسة والتعليم، وحتى في الأمور الإجتماعية والتواصل[1].

557 ـ وسيط الاتصال Medium – Médiateur

الوسيلة التي يتم بها الاتصال سواء كان فردا مثل قادة الرأي، أو مؤسسات كالتلفزيون والراديو والصحف، و أضيف إليها اليوم الوسائل الحديثة التي تتيح الاتصال كالأنترنت والهاتف الجوال وشبكات التواصل الاجتماعي.

558 ـ وعي* Awareness - Conscience

إدراك الفرد لما يحيط به إدراكا مباشرا. وينطوي الوعي في الإعلام على وقوف الفرد على الفكرة الجديدة لأول مرة، وشعوره بحاجة شديدة إلى مزيد من المعلومات عنها.

559 ـ وكالة الأنباء* News agency - Agence de presse

مؤسسة إعلامية تعمل من خلال شبكة واسعة من المندوبين أو المراسلين المنتشرين في جميع أنحاء العالم أو البلد، لمد وسائل الاعلام والاتصال بالأخبار التي تحصل عليها من جميع المصادر المحلية والحكومية والداخلية والخارجية، كما أنها تنقل الصور والتحقيقات الإذاعية والرسائل النقدية والتحليلية والهزلية وجميع الأشكال التحريرية الأخرى التي تتفرع من الأخبار.

¤ تعود نشأة وكالات الأنباء إلى هافاس وهو فرنسي يهودي الديانة يعتبر من اوائل تجار الأخبار الذين قاموا بإنشاء مكتب خاص لجمع الاخبار وتوزيعها.

نشأت الاتحادات الصحفية بغرض جمع الأخبار وتوزيعها فيما بين المؤسسات بالتساوي، ومصدر تمويلها يكون عن طريق الوسائل التي اشتركت في إنشائها، مثل اتحاد الأسوشيد بريس .

وعرفت الصحافة العالمية السلاسل الصحفية، وهي مجموعة من الصحف ترجع ملكيتها لجهة واحدة، فقامت بإنشاء وكالات أنباء تمدها بالأخبار لها مكاتب توفي جميع سلاسلها الصحفية بالأخبار والمعلومات[2] .

ومن أهم وكالات الأنباء العالمية وكالة الأنباء الفرنسية AFP وقد ورثت وكالة هافاس أول وكالة أنشئت في العالم سنة 1835. وهي وكالة حكومية أنشأتها حكومة فرنسا في عام 1845، تهتم بدعم السياسة الفرنسية وتم فصل الإعلان من مضمونها لكي تهتم بالنواحي الخبرية. وكان من أسباب

---

1 ـ راجع: انتصار ابراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك، الاعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، باشراف موسى جواد الموسوي، جامعة بغداد 2011.

2 ـ المصدر نفسه.

ظهورها:

- ازدهار الصحافة الشعبية المطبوعة في فرنسا.

- استقلال الصحافة عن الحكومة وعن الأحزاب، حيث أتاحت الحكومة الفرنسية مبدأ حرية الصحافة.

- تحول الصحافة الفرنسية من صحافة رأي إلى صحافة خبر، حيث أصبحت الصحافة تعمل على نشر الأخبار والأحاديث والمقالات والتفسيرات لأحداث المجتمع ويمكن التفريق بين صحافة الرأي والخبر عن طريق المساحة التي تشغلها الأخبار ومساحات الرأي.

تأسست وكالة رويترز البريطانية في لندن عام 1851 على يد الالماني اليهودي اسرائيل بيل الذي غير اسمه الى بول جوليوس رويترز واعتنق المسيحية، وهذه الوكالة تعتبر اكثر موضوعية من بقية وكلات الانباء. ومن التطورات التي مرت بها:

- تحولها الى شركة مساهمة في عام 1865.

- انتقال ادارتها الى رويترز الابن عام 1871 هربرت رويترز وقد عين رئيسا لتحرير الوكالة وله سلطات كاملة .

- تحولها الى شركة تضامن بعد وفاة هربرت رويترز 1916 (بيع جميع اسهمها الى وكالة صحافة اقاليم بريطانيا برس اسوسيشن) .

أما وكالات الأنباء الامريكية فهي تضم وكالتين عالميتين هما : الاسوشيدبرس واليونايتدبرس انترناشيونال . وأول وكالة انباء امريكية هي وكالة الصحافة المتحدة في نيويورك حيث يرجع ظهورها الى عام 1849 التي في بدايتها سيطرت على الاخبار التلغرافية في نيويورك، وبعد مد اوروبا بالتلغراف استطاعت السيطرة على الاخبار المنقولة من هناك أيضا .

وتمثل وكالة اليونايتد برس انترناشيونال اندماجا بين وكالتين هما اليونايتدبرس اسوسيشن ووكالة انترناشيونال نيوز سرفيس، وتعود اصولها الى صحيفتين من الصحف الصفراء هما مجموعة صحف سكريبس – ماكري ومجموعة صحف هيرست .

بدأت وكالة تاس السوفييتية بعد الثورة الروسية عام 1917 وهي خبرية وظيفتها انها تبشر بسقوط الرأسمالية وانها تطالب كل العالم على اتباعها وأنها تقول ان الإعلام تابع للسلطة الحاكمة وان الاشتراكية تمثل العمال والمزارعين وغيرهم . من مميزاتها حتى انهيار الاتحاد السوفييتي عام 1991:

- في اطارة الطبيعة الخاصة للاعلام الشيوعي السابق تعد مرفقا من مرافق الاتحاد السوفييتي مثلها مثل الجيش والشرطة .

- انهـــا لا تســـتهدف الى الربـــح مثـــل الـــوكالات الغربيـــة، حيـــث تـــدار ماليـــا وتحريريـــا مـــن جانـــب موظفـــين في الدولـــة وتعتمـــد عـــلى

تمويلها على ما تخصصه الدولة لها.

- هدفها هو تبيين نشر وتفسير سياسة الدولة الشيوعية .

- انها تقدم وظيفة الدعاية للحزب الشيوعي والاتحاد السوفييتي .

- كانت لها قيمتها الإعلامية، حيث كانت تؤرخ الخبر او تسرعه وقامت تتلاعب في تحرير بعض الاخبار.

- لم تكن موضوعية، وكانت تتجاهل مبدأ الإعلام من أجل الإعلام .

في الاتحاد السوفياتي، قبل ثورة اكتوبر عام 1971، كانت هناك وكالة انباء بترسبرغ التلغرافية لكنها لم تحقق نجاحا كبيرا، ثم تم انشاء وكالة روستا من قبل البلاشفة. وفي سنة 1918 اصدرت وكالة روستا نشرة للدعاية عن الحزب الشيوعي هي اجيت روسيا. بعد كثرة المسؤوليات على وكالة روستا ومهماتها تحولت الى وكالة اكبر سميت بوكالة انباء الاتحاد السوفياتي وهي تعني اختصارها تاس (أي وكالة انباء تاس).

وكالة نوفيسي هي وكالة للدعاية والاعلان تأسست عام 1961 اثناء الحرب الباردة في الولايات المتحدة الامريكية والمعسكر الغربي، وهي خبرية تهتم بالفنون والموسيقى وانجازات الممثلين وغيرها، وهدفها التثقيف والتربية، وايضا هي ذراع دعائي للاتحاد السوفييتي حيث انها تروج لانجازاته. ويرجع انشاؤها الى شعور الاتحاد السوفييتي الى الحاجة لوجود وكالة إعلام دولية تخص الحزب الشيوعي تقوم بنقل الفكر والثقافة الشيوعية الى العالم، وانشغال وكالة تاس بالمضامين السياسية والخبرية وعدم قدرتها على الدعاية للحزب. وقد شملت خدمات نوفوسي انتاج مقالات وتعليقات واحاديث وتحقيقات ومواد مصورة عن السياسة الداخلية والخاريجية للاتحاد السوفياتي، وتقدم انتاجها الى الصحف والمجلات والتلفزيونات والراديو وغيرها من وسائل الاتصال الجماهيري والإعلام، وتقوم بالترويج والدعاية للحزب الشيوعي بشكل عام والاتحاد السوفييتي[1] .

560 ـ وكالة الإعلان* - Advertising agency Agence de publicité

مؤسسة، أو شركة متخصصة، في تخطيط الحملات الإعلانية وتنفيذها، والقيام بجميع الأعمال اللازمة للتخطيط والتنفيذ.

¤ في بداية ظهورها كانت شركات الدعاية والإعلان تعمل شركات وسيطة، أي أنها كانت تشتري من الصحيفة مساحات بسعر مُخفض، ثم تعيد بيعها للجهات التي ترغب في الإعلان. وتُعِد الشركات المعلنة الإعلان بنفسها أو تستأجر مُصممِي إعلان للقيام بإعداده.

1 ـ انتصار غبراهيم عبد الرزاق، المصدر نفسه

وفي عام 1875 بدأت وكالة إن دبليو- أير وأولاده، وهي وكالة إعلان أمريكية مقرها في ولاية فيلادلفيا، في إبراز خدماتها الإعلانية للمعلِنين تدريجيًا. فقد وظفت الشركة محررين ورسامين، ونفذت حملات إعلانية متكاملة لعملائها. وهكذا أصبحت إن دبليو- أير وأولاده أول وكالة إعلان حديثة[1].

1 ـ أنظر: محمد بن سعيد المسعري، الإعلان والتسويق، دار النور للطباعة، الرياض 2009.



حملة اعلانية مضادة

Adbuster



561 ـ ياهو Yahoo -*!Yahoo

متعامل خدمة أنترنت أمريكي، يوفر مجموعة متكاملة من خدمات الويب. فهو يوفر إلى جانب البريد اللأكتروني، محرك البحث، أخباراً وأحداثاً، صوراً ومقاطع فيديو، ألعاباً، وجملة من التقديمات والتطبيقات المختلفة كالخرائط والأحوال الجوية.

¤ ابتكر من طرف جيري يانغ وديفيد فيلو سنة **1994**، وكان يسمى في الأول دليل جيري إلى شبكة الويب العالمية، لكن تم تغيير تسميته فيما بعد إلى ياهو، وهو إسم مشتق من رحلات جوناثان يوسفت جيلفر، والمعنى مأخوذ من الصفات "غير مهذب غير مألوف غير متطور[1]".

المراجع باللغة العربية:

1 ـ See: Alfred Kishofsky,New Media Handbook, Routledge , New York 2009.



حملة اعلانية مضادة

Adbuster

المراجع

1 ـ إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ط2، دار الفكر العربي، القاهرة .1985

2 ـ ابو بكر محمود الهوش، المدخل الى علم الببليوغرافيا، المكتبة الاكاديمية، مصر 2001.

3 ـ أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، ط2، دار الكتاب المصري، القاهرة 1994.

4 ـ أحمد سليم حموالي، المعجم العربي الحديث، دار الوسام للنشر والتوزيع، طرابلس 2002.

5 ـ أحمد عبد الله الصباب ، أساليب ومناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، ط2، دار البلاد للطباعة والنشر، جده 1992.

6 ـ أحمد عبدالمعطي الجلاجلي، التغيير الاجتماعي، دار الشرق للطباعة و النشر، القاهرة 2009.

7 ـ أسعد عرابي، "تزاوج أنواع الفنون في نزعة مابعد الحداثة"، جريدة "الفنون"، شهرية فنية تصدر عن المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد 4، الكويت أبريل-نيسان 2001.

8 ـ انتصار ابراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك، الاعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، باشراف موسى جواد الموسوي، جامعة بغداد 2011.

9 ـ إيان كريب، النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى هابيرماس، ترجمة محمد حسين غلوم، عالم المعرفة ، العدد 244، الكويت أبريل 1999.

10 ـ بدوي عبد الرحمن، موسوعة الفلسفة ج1، 2، المؤسسة العربية للدراسات و النشر، لبنان، 1984، ط1.

11 ـ بيير غالوا ترجمة علي الحسيني،استراتيجية العصر النووي، دار المعراف، بغداد 2003.

12 ـ توفيق عبد العالي البوني، الاتجاهات النفسية والاجتماعية للمرأة الريفية، المطبعة العصرية للنشر والتوزيع، طرابلس 2008.

13 ـ جورج لوكاش، التاريخ والوعي الطبقي ، ترجمة حنا الشاعر، دار الأندلس، ط2 ، 1982.

14 ـ حربي عباس عطيتو و موزة محمد عبيدان، مدخل إلى الفلسفة و مشكلاتها، دار النهضة العربية،ط 1، بيروت 2003 .

15 ـ حسن رافع السمساري، الإحصاء في العلوم الاجتماعية، دار الرشيد للنشر، بغداد .2009

16 ـ حسنين المحمدي بوادي، إرهاب الإنترنت، الخطر القادم، الطبعة الأولى، القاهرة 2006.

17 ـ ذوقان عبيدات و اخرون ، البحث العلمي – مفهومه – ادواته – اساليبه، دار المجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان 2009.

18 ـ رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال، عالم الكتب الحديث، عمان 2008.

19 ـ روز مارجريت، ما بعد الحداثة (تحليل نقدي)، الألف كتاب الثاني، ترجمة أحمد الشامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة 1994.

20 ـ سالم محمد ناجي، أساليب التربية الحديثة، مكتبة العالم للطباعة، طرابلس 2008.

21 ـ سالم عبود الألوسي ، محمد محجوب كامل، الأرشيف تاريخه أصنافه إدارته ، الطبعة الأولى، دار الحرية للطباعة - بغداد 1979.

22 ـ سامي الشمام، علوم المعرفة، دار النهضة للطابعة والتوزيع، طرابلس 2002.

23 ـ سامي طايع ، بحوث الاعلام ، دار النهضة العربية، القاهرة 2001.

24 ـ سامية محمود مغربي، الأرشفة في الوطن العربي، دار الطليعة الحديثة للنشر والتوزيع، القاهرة 2007.

25 ـ سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، عالم الكتب الحديث، إربد .2008

26 ـ سعيد ابن علي المنصوري، تقييم أداء ممارسي العلاقات العامة في اليمن، دار المشرق الحديثة، عدن .2003

27 ـ سليم أحمد مكاوي، مناهج البحث العلمي، دار الأرقم للطباعة، صنعاء 2002.

28 ـ سليم بن العالي، دراسة الجمهور في البحوث الإعلامية، دار السلام للطباعة، الرباط 2008.

29 ـ سليمان بن عبد الرزاق الحمود " الرأي العام المفهوم – التكوين – التعريف – الخصائص "، المجلة العربية، الكويت شباط 1996 .

30 ـ سمير بلعلوي، التحولات الاجتماعية والاقتصادية العالمية، دار الفكر الحديث، الرباط 2006.

31 ـ سمير محمد حسين ، بحوث الاعلام ،عالم الكتب للنشر والتوزيع ، القاهرة 1999.

32 ـ سناء علي السايغ، السلوك الانفعالي لدى المراهق، دار المحبة للطباعة والنشر، بغداد 2010.

33 ـ الشاذلي الساكر، الابستمولوجيا، مجلة الأخلاء، العدد 38، تونس جانفي 1984.

34 ـ شريف اللبان وهشام عطية ، مقدمة في مناهج البحث الاعلامي، ، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة 2008.

35 ـ صالح خليل أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار آدم للدراسات والنشر والتوزيع، عمان 1999.

36 ـ صلاح الدين شرف حسناوي، التنيمة والإنماء في دول العالم الثالث، دار التنوير للطباعة، صنعاء 2007.

37 ـ صوفي عبداللطيف، مدخل الى علم البيبليوغرافيا ، دارالمريخ ، الرياض 1415ه.

38 ـ طارق سيد أحمد الخليفي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة، دار كريدية للطباعة والنشر، بيروت 2012.

39 ـ طارق الشريف، مقال بعنوان "اتجاهات ما بعد الحداثة الفنية وموقفنا منها؟ "، مجلة "الحياة التشكيلية" / فصلية/ تصدرها وزارة الثقافة، العدد 56-55، دمشق 1994.

40 ـ عبد الله السيد، "التجريب ديمقراطية التشكيل "، مجلة جامعة دمشق للعلوم والهندسة /مجلة علمية محكمة دورية/ المجلد 17 - العدد الثاني، دمشق 2001 .

41 ـ عز الدين شموط، "واقع الفن التشكيلي المعاصر في الغرب وأزمته الراهنة"، مجلة "الحياة التشكيلية" /فصلية/ تصدرها وزارة الثقافة، العدد 56-55، دمشق 1994.

42 ـ عفيف البهنسي، من الحداثة إلى ما بعد الحداثة في الفن، دار الكتاب العربي، الطبعة الأولى، دمشق ـ القاهرة 1997.

43 ـ عبد الله صالومة، الفنون السبعة وانعكاساتها على فنون التصوير، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في التصوير، إشراف نزار صابور، كلية الفنون الجميلة قسم التصوير، جامعة دمشق 2004.

44 ـ عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان 2008.

45 ـ عبد القادر طاش " دور الإعلام في تنوير الرأي العام " مجلة الفيصل كانون الأول 1998.

46 ـ عبد القاهر الجرجاني، دلائل الإعجاز، تحقيق محمد رضوان الداية، ومحمد فايز الداية، دار قتيبة، دمشق 1983.

47 ـ عبد الله، بحث بعنوان «التجريب ديمقراطية التشكيل «، مجلة جامعة دمشق للعلوم والهندسة، المجلد 17، العدد الثاني، دمشق 2001.

48 ـ عبد الودود علي السمرائي، فنيات التحرير، دار الكتب الحديثة للطباعة، صنعاء 2009.

49 ـ عبدالباسط عبدالمعطي، الوعي التنموي العربي، معهد الإنماء العربي، القاهرة 1983.

50 ـ عبداللطيف شراولي، فن تحرير الأخبار، دار الشرق للطباعة والنشر والتوزيع، قسنطينة 2009.

51 ـ عبداللطيف صوفي، علم الببليوغرافيا، دار المريخ للنشر، الرياض 1995.

52 ـ عبدالله سليم السويلمي، المرأة والتوعية الإجتماعية، دار المعلم للطباعة، بغداد 2003.

53 ـ عدنان خوجه، محاضرات في مادة تاريخ الفن، جامعة بيروت العربية 2012-2013.

54 ـ على ليلة ، البنائية الوظيفية في علم الاجتماع والأنثروبولوجيا، دار المعارف، القاهرة 1982.

55 ـ علي اسماعيل الصياني، الترجمة في العصر الحديث، مكتبة السلام للنشر والتوزيع، القاهرة 2009.

56 ـ علي بن سهل دوسري، الاستطلاعات الصحافية، دار ناشرون للطباعة، الكويت 2004.

57 ـ علي بن محمد الحمود، من أساليب التشويق، جامعة الإمام محمد بن سعود، الرياض 2005.

58 ـ فخري رشيد خضر ،التقويم التربوي ،دار القم للنشر والتوزيع، دبي 2000.

59 ـ فريد سمير الحسن، الأنظمة السياسية المعاصرة، دار الشرق للنشر والتوزيع، دمشق 2007.

60 ـ فوزي غرابية واخرون، اساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والانسانية، دار وائل للنشر، عمان .2008

61 ـ كلاوز فيتز، عن الحرب، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ترجمة سليم شاكر الإمامي، بيروت 1997.

62 ـ محمد الدروبي، الصحافة و الصحفي المعاصر، ط1 ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت1989.

63 ـ محمد بحري سالم، الأمن المعلوماتي في عصر العولمة، الدار الخلدونية للنشر، بغداد .2007

64 ـ محمد بن سعيد المسعري، الإعلان والتسويق، دار النور للطباعة، الرياض 2009.

65 ـ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة 2000.

66 ـ محمد فالح صالح، إدارة الموارد البشرية: عرض وتحليل، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان 2004.

67 ـ محمد محمد يونس علي، وصف اللغة العربية دلاليا في ضوء مفهوم الدلالة المركزية: دراسة حول المعنى ومعنى المعنى، منشورات جامعة الفاتح، طرابلس 1993.

68 ـ محمود أمهز، التيارات الفنية المعاصرة، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، الطبعة الأولى، بيروت 1996.

69 ـ مهدي فضل الله، فلسفة ديكارت ومنهجه، ط3، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت 1996 .

70 ـ موسى بن ورفلة، "أثر العنف الأسري على الأطفال دراسة عن أطفال دور الحضانة بطرابلس"، رسالة ماجستير غير منشورة في علم الإجتماع، جامعة لاهاي المفتوحة، لاهاي 2009.

71 ـ مي العبدالله، الدعاية و أساليب الإقناع، دار النهضة العربية، بيروت 2006.

72 ـ مي العبدالله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت 2008.

73 ـ مي العبدالله، التلفزيون في عالم متغير، دار النهضة العربية، بيروت 2004.

74 ـ مي العبدالله، البحث في علوم الاعلام والاتصال، من الأطر المعرفية الى الاشكاليات المنهجية، بيروت 2011.

75 ـ مي العبدالله، علوم الاعلام والاتصال واشكاليات التكوين المهني، دار النهضة العربي، بيروت 2010.

76 ـ نبيل علي، نادية حجازي، الفجوة الرقمية - رؤية عربية لمجتمع المعرفة، سلسلة عالم المعرفة، الكويت 2005.

77 ـ هاشم الحسيني، " الرأي العام مسرح ممثلين " ، مجلة الشاهد، عدد 133، أيلول 1996 .

78 ـ يوسف مختار الأمين ، الأثنواركيلوجيا ـ الدراسة الآثارية للثقافة المادية المعاصرة ، منشورات دار القوافل ، الرياض 2008 .

المراجع باللغة الأجنبية:

1 ـ Adams Bervinsky, Communication Studies, Layout Presses Ltd, New York 2002.

2 ـ Adam Thierer & Brian Anderson , A Manifesto for Media Freedom, Encounter Books , New York 2008.

3 ـ Albert Kapr, Johann Gutenberg: the Man and his Invention.Translated from the German by Douglas Martin, Scolar Press, 1996.

4 ـ Alde Black, Dictionary of Media Studies, Aidc Black Publishers Ltd, London 2007.

5 ـ Alfred Kishofsky, New Media Handbook, Routledge , New York 2009.

6 ـ Alix Silversky, Disinformation in World Wars, New Books, South Carolina 2009.

7 ـ Andrew M . Colarik, Cyber terrorisme: implications politiques et économiques, Idea Group, États-Unis 2006.

8 ـ Anglica Berow, Culture In the Old Societies, Lemarck Presses, New Jersey 2010.

9 ـ Art Silverblatt and Ellen M.Enright Eliceiri, Dictionary of Media Literacy, Greenwood Publishing Group, New York 1997.

10 ـ Clifford G. Christians and John C. Merrill (eds.), Ethical Communication: Five Moral Stances in Human Dialogue, University of Missouri Press, Columbia 2009.

11 ـ D. Anzieu, Les Méthodes projectives, P.U.F., Paris 1960, 14e éd. rev 2004L.

12 ـ Daniel Chandler And Rod Munday, A Dictionary of Media and Communication, 1st edition, Oxford University Press, London 2011.

13 ـ Daniel Banda et José Moure, Le cinéma : l'art d'une civilization, 1920-1960, Flammarion, Champs, Paris 2011.

14 ـ Daniella R.Karry, New Communication Skills, Routledge ltd, New York

2011.

15 ـ David Marcus Luis,The other Side of Media, Routledge, New York 2009.

16 ـ David Phillips, Towards relationship management: Public relations at the core of organizational development, Journal of Communication Management, Emerald Group Publishing Limited 2006.

17 ـ Dominique Lecourt, Bachelard, Epistémologie, textes choisis (1971), PUF, 6e édition, Paris 1996.

18 ـ Edward Lucie-Smith, L’art d’aujourd’hui, Editions Nathan, Paris 1991.

19 ـ Émile Boutroux, Leçons sur Aristote, PUF, coll. « Les Grandes leçons de philosophie », Paris 2002 (rééd.) .

20 ـ F.de Saussure, Cours de Linguistique Générale , Payot, Paris 1968.

21 ـ Florence Amalou, Le livre noir de la PUB, Quand la communication va trop loin, Stock, Paris 2001.

22 ـ Francis Farrugia, Sociologies. Histoires et théories, CNRS Éditions, collection Libris, Paris 2012.

23 ـ Francis Balle, Dictionnaire des Médias, Larousse, Paris 1998.

24 ـ Francis Balle, Lexique d’Information Communication, Editions Dalloz, Paris 2006.

25 ـ Francis Pisani et Dominique Piotet, Comment le web change le monde- l’Alchimie des multitudes, ed.Village Mondial, Paris 2008, http://www.alchimiedesmultitudes.atelier.fr/

26 ـ Gérard Dereze, Méthodes empiriques de recherche en communication, Preface de Yves Winkin, De Boeck, Paris 2009.

27 ـ G Yule, The Study of Language, Cambridge University, Cambridge 2011.

28 ـ George Pessis and Guitta Pessis-Pasternak, Dictionnaire Cinéma, Audiovisuel, Multimédia, Réseau, Dixit press, Michigan 2001.

29 ـ Gina Golterz, Modern Telecommunication, Prince Book, London 2011.

30 ـ Guillaume Weill-Raynal, Les nouveaux désinformateurs, Paris, Armand Colin, 2007.

31 ـ Jacques le Bohec, Dictionnaire du journalisme et médias, Presses Universitaires de Rennes, Rennes 2010.

32 ـ James B.Martum, Mass media, Nova science publishers inc, New York 2002.

33 ـ James Monaco, The Dictionary of New Media, 2ed edition, Harbor Publishing, British Columbia , Canada 2007.

34 ـ James Watson and Anne Hill, Dictionary of Media and Communication Studies, 2 ed edition, Bloonsbury Publishing, Southampton 2012.

35 ـ Jacques Le Bohec, Dictionnaire du journalisme et des médias, PUF, Paris 2010.

36 ـ Jean Dubois et autres: Dictionnaire de Linguistique, Larousse, France 1988.

37 ـ Jean-Michel Daube, E-lexique Français-anglais des médias, Presses Universitaires de France, Paris 2007.

38 ـ Jo.A.Cates, Journalism, 3e edition, Greenwood publishing group, New York 2004.

39 ـ Joanna Siftur, Broadcasting for Media, Taylor Publishers Ltd, Newyork 2009.

40 ـ John Steel, Truth, Lies and Advertising, An Adweek book, London 1998.

41 ـ Kim Jackson, Parliament of Australia- Parliamentary Library, Media Ownership Regulation in Australia, 2003.

42 ـ K. Frank, Projective Methods, Springfield (Ill.), 1948.

43 ـ K.L. David, Cinema Arts, Tinessey Publishers, Dublin 2009.

44 ـ Laurel Brake and Marysa Demoor, Dictionary of nineteenth century journalism, British Library Publishing, London 2009.

45 ـ Leila Mahdjoubi, Les Technologies et La Recherche, Maison Atlas

,Casablanca 2009.

46 ـ Louise Williams, Roland Y, Rich, Losing Control: Freedom of the Press in Asia, Australian National University, Asia Pacific School of Economics and Management, Asia Pacific Press 2000

47 ـ Marcel Cohin et Jérôme Peignot, Histoire et art de l'écriture, Bouquins, Robert Laffont, Paris 2005.

48 ـ Marcel Danensi, Encyclopedic Dictionary of Semiotics Media and Communication, University of Toronto, Toronto - Canada 2000.

49 ـ Mary Maude Mccain ande Martha Merrill, Dictionary for school library media specialist, Greenwood Publishing group, New York 2001.

50 ـ Monique Dixsaut, Le Naturel philosophe- Essai sur les dialogues de Platon, Vrin 2001.

51 ـ Naila Semoudi, Psychanalyse de l'enfance, Les frères Mathieu Editions, Paris 2009.

52 ـ Nicholas Abercrombie and Brain Longhurst, Dictionary of Media Studies, Penguin books, London 2007.

53 ـ Noam Chomsky, Syntactic Structures ,The Hague, Mouton 1957.

54 ـ Paolo S.M, Making bibliography, The New State for publishing, Hong kong 2008.

55 ـ Patrick Matagne, Comprendre l'écologie et son histoire, La bibliothèque du naturaliste- Les origines, les fondateurs et l'évolution d'une science..., ed. Delachaux et Niestlé, Paris 2002.

56 ـ Peter Jim Buker, New Technologies, Scott Presses ltd,Washington 2009.

57 ـ Pierre Louis Albert, Histoire de la Presse, PUF, collection Que sais-je ?, Paris 2003.

58 ـ R . Henry, Media World in east Societies, Blackern ltd, London 2011.

59 ـ Rebecca B.Rubin and others, Communication Research, 7e edition, Wasworth cengage learning, Canada 2010.

60 - Richard A. Clarke, and Knake, K. Robert , Cyber War, Harper Collins Publishers, New York 2010.

61 - Richard Caves, Creative Industries. Contracts between Art and Commerce, Harvard University Press, Cambridge 2000.

62 - Richard Weiner, Webster's new world dictionary of media and communication, Macmillan, New York 1996.

63 - Robert L.Heath, Encyclopedia of Public Relations,V1, Sage Publications inc, California 2005.

64 - R .Tocci, Digital Systems: Principles and Applications (10th Edition), Prentice Hall 2006.

65 - Samira Cherffi, La presse de nos jours, Edtions Ennahda, Rabat 2009.

66 - S. Camelin et S. Houdart, L'ethnologie, PUF, collection Que sais-je?, Paris 2010.

67 - Scott Gant , We're All Journalists Now: The Transformation of the Press and Reshaping of the Law in the Internet Age, Free Press , New York 2007.

68 - Serge Cacaly et autres, Dictionnaire de l'Information, 3e edition,Armand colin, Paris 2008.

69 - Sharon Kleinman, The Media and Communication Dictionary, Peter Lang, Pieterlen- Suisse 2011.

70 - Theodore Adorno /Max Horkheimer, Dialectic of Enlightenment 1944, trad. Andre Blunden, 1998.

71 - Vidéo et après : la Collection vidéo du Musée national d'art moderne / sous la dir. de Christine 72 - Van Assche, Editions Carré / Editions du Centre Georges Pompidou, Paris 1992.

فهرست المصطلحات

أ

1 ـ أبجدية رقمية - Alphabet numérique - Alphanumerical

2 ـ إبداع Créativité - Creativity

3 ـ ابستمولوجيا Epistémologie - Epistemology

4 ـ اتجاه Tendance -A trend

5 ـ اتجاه ايجابي Tendance positive -Positive trend

6 ـ اتجاه جماعي Tendance collective -Collective trend

7 ـ اتجاه سري Tendance secrète -Secret trend

8 ـ اتجاه سلبي Tendance négative -Negative trend

9 ـ اتجاه ضعيف Tendance faible -Weak trend

10 ـ اتجاه عام Tendance globale -Global trend

11 ـ اتجاه علني Tendance publique -Public trend

12 ـ اتجاه فردي Tendance individuelle -Individual trend

13 ـ اتجاه قوي Tendance forte -Strong trend

14 ـ اتجاه نفسي اجتماعي Tendance psychosociologique - Psycholosociogical trend

15 ـ اتجاه نوعي Tendance particulière -Particular trend

16 ـ اتصال Communication – Communication

17 ـ اتصال الأزمات Communication de crise -Crisis communication

18 ـ اتصال شبكي Cybercommunication - Cybercommunications

19 ـ اتصال إقناعي Communisuasion - Communisuasion

20 ـ اتصال جماهيري Communication de masse - Mass communication

21 ـ اتصال جماعي Communication de groupe -Group Communication

22 ـ اتصال ذاتي Communication personnelle -Personal communication

23 ـ اتصال غير لفظي Communication non verbale - Non verbal communication

24 ـ اتصال غير مباشر Communication indirecte - Indirect communication

Verbal communication - Communication verbale اتصال لفظي ـ 25

Direct communication - Communication directe اتصال مباشر ـ 26

Telecommunications – Télécommunications (سلكية ولاسلكية) اتصالات عن بعد ـ 27

Provoke- Provocation إثارة ـ 28

Confusion provoke - Provocation de la confusion إثارة البلبلة ـ 29

Audience Ethnography- Observation participante أثنوغرافيا الجمهور ـ 30

Probability- probabilité احتمال ـ 31

Statistics- Statistiques إحصاءات ـ 32

Inductive statistics- Statistiques inductives إحصاءات استقرائية ـ 33

Scientifical statistics- Statistiques scientifiques إحصاءات علمية ـ 34

Descriptive statistics- Statistiques descriptives إحصاءات وصفية ـ 35

Experimentation- Expérimentation اختبار ـ 36

Projective tests- Tests projectifs اختبارات إسقاطية ـ 37

Personality tests- Tests de la personnalité اختبارات الشخصية ـ 38

Mental ability tests- Tests de capacité mentale اختبارات القدرات العقلية ـ 39

Realisation - Réalisation إخراج ـ 40

Deontology of media - Déontologie des médias أخلاقيات وسائل الاعلام والاتصال ـ 41

Tool - Outil أداة ـ 42

Radio – Radio إذاعة ـ 43

Pirate radio- Radio pirate إذاعة قرصان ـ 44

Cellular radio – Radio cellulaire إذاعة خليوية ـ 45

Multiplex- Multiplexe ارسال متعدد ـ 46

Archives - Archives أرشيف ـ 47

Electronic archiving Archivage électronique أرشفة الكترونية ـ 48

Current archives – Archives courantes أرشيف جاري ـ 49

Questionary - Questionnaire استبيان ـ 50

Arousing - Stimulation استفزاز ـ 51

52 ـ استفتاء الرأي العام Referendum - Référendum

53 ـ إسقاط Projection - Projection

54 ـ إسقاط مرآوي Specular projection - Projection Spéculaire

55 ـ إسقاط تفريغي Cathartic projection- Projection cathartique

56 ـ إسقاط تكاملي Complementary projection- Projection Complémentaire

57 ـ استجابة Reaction - Réaction

58 ـ استراتيجية Strategy - Stratégie

59 ـ استغفال Dupe- Duper

60 ـ استوديو Studio - Studio

61 ـ استوديو افتراضي Virtual Studio – Studio virtuel

62 ـ استُديو فائق الجودة High definition Television- Télévision à haute définition

63 ـ إشهار Publicity- publicité

64 ـ إشهار إرشادي Heuristic publicity- Publicité heuristique

65 ـ إشهار معلوماتي Informative publicity- Publicité informative

66 ـ إشهار تذكيري Reminding publicity- publicité de rappel

67 ـ إشهار تعليمي Tutorial publicity- Publicité tutorielle

68 ـ إشهار مسموح Allowed Publicity- Publicité permise

69 ـ إشهار ممنوع Prohibited Publicity- Publicité interdite

70 ـ أصوات معبرة Accessed voices- Grandes signatures

71 ـ إطار Frame - Cadre

72 ـ إطار دلالي Semantic framework - Cadre sémantique

73 ـ إعلام Information - Information

74 ـ إعلام تنموي Development Media- Médias de développement

75 ـ إعلام جديد New media - Nouveaux médias

76 ـ إعلان Advertising -Publicité

77 ـ إعلان إرشادي Indicative advertising - -Publicité indicative

78 ـ إعلان إعلامي Informative advertising - -Publicité informative

79 ـ إعلان بريدي مباشر - Direct mail advertising Publicité directe par correspondance

Reminder advertising - Publicité de rappel 80 ـ إعلان تذكيري

Interactive advertising- Publicité interactive 81 ـ إعلان تفاعلي

Trad Advertising - Publicité commerciale 82 ـ إعلان تجاري

Educational Advertising - Publicité éducative 83 ـ إعلان تعليمي

Rough commercial – Publicité rugueuse 84 ـ إعلانات غير مشذب

Virtual- Virtuel 85 ـ افتراضي

Persuation - Persuasion 86 ـ إقناع

Eye camera- Appareil photo occulaire 87 ـ آلة تصوير العين

Media security - Sécurité des médias 88 ـ أمن إعلامي

Conglomeration - Conglomération 89 ـ إندماج

Warping – Transformations 90 ـ انفتال

Development - Développement 91 ـ إنماء

Illusion - Illussion 92 ـ إيحاء

Ideology - Idéologie 93 ـ ايديولوجيا

Illusion- Illusion 94 ـ أيهام

ب

Bouquet- Bouquet 95 ـ باقة

Press panorama- Panorama de presse 96 ـ بانوراما الصحافة

Bibliography - Bibliographie 97 ـ ببيلوغرافيا

Broadcasting - Diffusion 98 ـ بث

Satellite broadcasting - Diffusion par satellite 99 ـ بث فضائيٍ

Bit caster- Bit caster 100 ـ بث على الويب

Narrowcasting- Diffusion à bande étroite 101 ـ بث ضيق النطاق

Research – Recherche 102 ـ بحث

Historical research - Recherche historique 103 ـ بحث تاريخي

Empirical research - Recherche empirique 104 ـ بحث تجريبي

Applied research - Recherche appliquée 105 ـ بحث تطبيقي

Scientific research - Recherche scientifique 106 ـ بحث علمي

Theoretical research - Recherche théorique 107 ـ بحث نظري

Descriptive research - Recherche descriptive 108 ـ بحث وصفي

Language programation- Programmation du langage 109 ـ برمجة اللغة العصبية

Talkshow– talk-show 110 ـ برنامج حواري

Electronic mail- Courrier électronique 111 ـ بريد الكتروني

Voicemail – Messagerie vocale 112 ـ بريد صوتي

Database - Banque de données 113 ـ بنك المعلومات

Images bank- Banque d'images 114 ـ بنك صور

Knowledge base- Base de connaissances 115 ـ بنك معارف

Portal- Portail 116 ـ بوابة

Statement - Déclaration 117 ـ بيان

Environment - Environnement 118 ـ بيئة

Human environment- Environnement humain 119 ـ بيئة إنسانية

ت

Impact- Impact 120 ـ تأثير

Sleeper effect (Back door)- Effet latent 121 ـ تأثير مستتر

Markup- Balisage 122 ـ تأشير

Dumbing-down - Nivellement par le bas 123 ـ تبسيط

Advertisement recalling - Rappel de la publicité 124 ـ تثبيت الإعلان

E-commerce- Commerce électronique 125 ـ تجارة الكترونية

Ignoring- Ignorance 126 ـ تجاهل

Compression- Compression 127 ـ تحجيم

Editing - Rédaction 128 ـ تحرير

News editing- Rédaction de presse 129 ـ تحرير صحفي

Deformation – Déformation 130 ـ تحريف

Obtain disapproval - Obtenir la désapprobation 131 ـ تحفيز الاستنكار

Report- Reportage 132 ـ تحقيق

Radio and Television report- Reportage de radio et télévision 133 ـ تحقيق إذاعي و تلفزيوني

Information report- Rapport d'information تحقيق الاستعلام ـ 134

Backround report- Reportage de fondتحقيق الخلفية ـ 135

Investigation- Enquête تحقيق البحث أو التحري ـ 136

Anticipatory report- Reportage anticipatif تحقيق توقعي ـ 137

Loophole report- Reportage échappatoire تحقيق إلتفافي ـ 138

Press report- Reportage de presseتحقيق صحفي ـ 139

Detailed press report- Reportage de presse detailléتحقيق صحفي مفصل ـ 140

Photojournalism- Photojournalisme تحقيق صحفي مصور ـ 141

Authentification- Authentification تحقق من الصدقية ـ 142

Analysis – Analyse تحليل ـ 143

News analysis - Analyse des informations تحليل إخباري ـ 144

Content analysis - Analyse de contenu تحليل المضمون ـ 145

Multi variate analysis -Analyse multidimensionnelle تحليل متعدد الأبعاد ـ 146

Downloading- Téléchargement تحميل الكتروني ـ 147

Morphing- Moduler تحوير ـ 148

Divert attention - Détourner l'attention تحويل الانتباه ـ 149

Knowledge transfer- Transfert des connaissances تحويل المعرفة ـ 150

Information and communication planning - Planification deتخطيط الاعلام والاتصال ـ 151
l'information et de la communication

Scare- Effrayer تخويف ـ 152

Circulation of informations- Circulation des informations تداول المعلومات ـ 153

Blogging- Blogging تدوين ـ 154

Accumulation - Accumulation تراكم ـ 155

Translation - Traduction ترجمة ـ 156

Entertainment – Divertissement ترفيه ـ 157

Numerisation- Numérisation ترقيم ـ 158

159 ـ ترميز Encoding – Codage

160 ـ ترويج Promotion- Promotion

161 ـ تسجيل Double opt-in - Double opt-in

162 ـ تسلية Entertainment- Divertissement

163 ـ تسميم Poisoning – Empoisonnement

164 ـ تسوق افتراضي Cybershopping - Achat cybernétique

165 ـ تشويق Suspense – Suspens

166 ـ تشويه Falsification- Falsification

167 ـ تصريح Declaration - Déclaration

168 ـ تصفح Surfing - Navigation

169 ـ تصنيف Typologie- Typologie

170 ـ تصيد Phish - Phishing

171 ـ تصيد صوتي Vishing or Voice phishing, Vishing

172 ـ تضليل اعلامي Disinformation - Désinformation

173 ـ تعبير Expression – Expression

174 ـ تعتيم اعلامي Misinformation- Mésinformation

175 ـ تعرض Exposure – Exposition

176 ـ تعزيز Reinforcement - Renforcement

177 ـ تعلم إلكتروني Electronic- learning Apprentissage électronique

178 ـ تعليم إلكتروني Electronic teaching- Enseignement électroniqu

179 ـ تعليم الكتروني متزامن Synchronous e-teaching- Enseignement électronique synchrone

180 ـ تعليم الكتروني غير متزامن Asynchronous e-teaching- Enseignement électronique asynchrone

181 ـ تعليم الكتروني موجه بالمتعلم Learner-led e-learning- Enseignement dirigé

182 ـ تعليم الكتروني ميسر- Facilitated e- learning - Enseignement facilité

183 ـ تعليم الكتروني مضمن Embedded e-learning- Enseignement electronique intégré

184 ـ تعليم الكتروني توجيهي- E-coaching Guidance électronique and Telementoring

Blended Learning- Enseignement mixte تعليم مدمج ـ 185

Comments – Commentaire تعليق ـ 186

Feed back - Rétroaction تغذية راجعة ـ 187

Coverage – Couverture تغطية ـ 188

Change - Changement تغيير ـ 189

Social Change – Changement social تغير اجتماعي ـ 190

Cultural change- Changement culturel تغيير الثقافي ـ 191

Interactivity - Interactivité تفاعلية ـ 192

Symbolic interactivity- Interactivité symboliqueتفاعلية رمزية ـ 193

Burst campaign - Campagne préventive تفجير الحملة ـ 194

Report - Rapport تقرير ـ 195

Empathy – Empathie تقمص وجداني ـ 196

Valorization – Valorisation تقييم ـ 197

Evaluation – Evaluation تقويم ـ 198

Summative Evaluation- Evaluation sommative تقويم نهائي ـ 199

Micro Evaluation- Micro évaluation تقويم جزئي ـ 200

Formative Evaluation- Evaluation continue تقويم مستمر ـ 201

Self Evaluation- Evaluation personnelle تقويم ذاتي ـ 202

Macro Evaluation – Macro évaluation تقويم شامل ـ 203

Student Evaluation – Evaluation de l'étudiant تقويم الطالب ـ 204

Pre Evaluation- Evaluation préliminaire تقويم مسبق قبلي ـ 205

Teacher Evaluation – Evaluation du professeur تقويم المعلم ـ 206

Curriculum Evaluation- Evaluation du programme تقويم المنهج ـ 207

Field Evaluation- Evaluation du champ تقويم ميداني ـ 208

Product Evaluation- Evaluation de la production تقويم الناتج ـ 209

Audio Visual Evaluation - Evaluation du moyen audio-visuel تقويم الوسيلة ـ 210

- Cluster group Groupe fermé تكتل مجموعة ـ 211

Denial - Démenti تكذيب ـ 212

Repetition- Répétitionتكرار ـ 213

Information and communication technology - Les thechnologiesتكنولوجيا الإعلام والاتصال ـ 214

de l'information et de la communication (TIC)

Information Technology- Technologies de l'Information تكنولوجيا المعلومات ـ 215

Trends formation- Formation des tendances تكوين الاتجاهات ـ 216

Acculturation- Acculturation تلاقح ثقافي ـ 217

Manipulation - Manipulation تلاعب ـ 218

Television – Télévision تلفزيون ـ 219

Internet television - La TV sur Internet تلفزيون الأنترنت ـ 220

TVreality- Téléréalité تلفزيون الواقع ـ 221

Communal television Télévision communautaire- تلفزيون الجماعات الإقليمية ـ 222

Interactive television - Télévision interactive تلفزيون تفاعلي ـ 223

Digital television - Télévision digitale تلفزيون رقمي ـ 224

Access television - Télévision indépendante تلفزيون متاح ـ 225

Webtelevision – La Télévision du web تلفزيون الويب ـ 226

Isomorphism- Isomorphismeتماثل ـ 227

Dramatization - Théâtralisation تمثيل الأحداث ـ 228

Play – Jeu de roles تمثيلية ـ 229

Zapping - Zapping تنقل ـ 230

Orchestration - Orchestration تنسيق إعلامي ـ 231

Depersonify- Dépersonnifier تنكير ـ 232

Human development- Développement humainتنمية إنسانية ـ 233

Dramatization- Dramatisation تهويل ـ 234

Underestimation- Sous-estimationتهوين ـ 235

Connectivity - Connectivité تواصلية ـ 236

Distribution - Distribution توزيع ـ 237

Raising awareness – Paise de conscience توعية ـ 238

239 ـ توقيع الالكتروني Electronic signature- Signature électronique

240 ـ تيبوغرافيا Typography – Typographie

ث

241 ـ ثقافة Culture – Culture

242 ـ ثقافة افتراضية Cyberculture - Cyberculture

243 ـ ثقافة جماهيرية Mass culture - Culture de masse

244 ـ ثقافة رقمية Digital culture- Culture numérique

245 ـ ثقافة شعبية Popular culture - Culture populaire

246 ـ ثورة Revolution - Révolution

247 ـ ثورة المعلومات Information revolution - Révolution de l'information

248 ـ ثورة رقمية Digital revolution - Révolution numérique

ج

249 ـ جذب الانتباه Attracting attention - Attirance d'attention

250 ـ جرائم الانترنت Cybercrime- Cybercriminalité

251 ـ جريدة Newspaper - Journal

252 ـ جماعة Group – Groupe

253 ـ جماعة سعيدة Happy group- Groupe heureux

254 ـ جماعة ضاغطة Pressure group- Groupe de pression

255 ـ جمهور Audience - Audience

256 ـ جمهور أساسي Core audience – Public de base

257 ـ جمهور خارجي External public - Public externe

258 ـ جمهور داخلي Internal public - Public interne

259 ـ جمهور صافٍ Net audience – Audience nette

260 ـ جمهور عام Public audience - Audience publique

261 ـ جمهور خاص Special audience - Audience spéciale

262 ـ جمهور مجهول Anonymous audience - Public anonyme

263 ـ جمهور مفترض Presumed audience - Public présumé

Actual audience - Audience réelle جمهور فعلي ـ 264

Exposed public – Public exposé جمهور متعرض ـ 265

Active public – Public actif جمهور فعال ـ 266

Drive-time audiences - Les audience du temps de conduite جمهور أوقات السياقة ـ 267

Masses - Masses جماهير ـ 268

Google - Google جوجل ـ 269

ح

Incident- Incident حادثة ـ 270

Computer – Ordinateur حاسب آلي ـ 271

Net imperative - Impérativité d’Internet حتمية الأنترنت ـ 272

Event- Evènement حدث ـ 273

Interview – Interview حديث ـ 274

Press interview - Entrevue de presse حديث صحفي ـ 275

Opinion interview – Entrevue d’opinion حديث الرأي ـ 276

Media war - Guerre médiatique حرب إعلامية ـ 277

Cyberwar - Cyberguerre حرب إلكترونية ـ 278

Censor war – Guerre de censure حرب رقابية ـ 279

Psychological warfare - Guerre psychologique حرب نفسية ـ 280

Strategical psychological warfare - Guerre psychologique stratégique حرب نفسية استراتيجية ـ 281

Tactical psychological warfare - Guerre psychologique tactique حرب نفسية تكتيكية ـ 282

Reinforcing psychological warfare - Guerre psychologique renforcantee حرب نفسية تعزيزية ـ 283

Movement - Mouvement حركة ـ 284

Freedom of expression - Liberté d’expression حرية التعبير ـ 285

Mass - Masse حشد ـ 286

Right - Droit حق ـ 287

288 ـ حق في الاتصال **Right of communication** - Droit de communication

289 ـ حملة إعلانية **Advertising campaign** - Campagne de publicité

290 ـ حملة إعلامية **Media campaign** - Campagne médiatique

291 ـ حوار **Dialogue** – Dialogue

292 ـ حوار المجموعة المركز Focus group interview- Entrevue du groupe de discussion

293 ـ خبر **News** - Information

294 ـ خداع **Tricking (Micmac)** – Trucage

295 ـ خدمة الرسائل متعددة الوسائط - **Multimedia messaging service** – Service de messagerie multimedia

296 ـ خطاب **Speech** – Discours

د

297 ـ دار نشر **Publisher** - Maison d'édition

298 ـ دافع **Motive** – Motif

299 ـ دراسة مسحية للرأي العام **Opinion research** - Etude de l'opinion

300 ـ دراسة مسحية للأتجاهات **Attitude survey** - Enquête sur les attitudes

301 ـ دراما **Drama** – Drama

302 ـ دراما وثائقية **Docudrama**- Docudrama

303 ـ دردشة الكترونية **Chat** - Chat

304 ـ دعاية **Propaganda** – Propagande

305 ـ دعاية اجتماعية **Social propaganda** - Propagande sociale

306 ـ دعاية تجارية **Trade propaganda** - Propagande commercial

307 ـ دعاية دينية **Religious propaganda** - Propagande religieuse

308 ـ دعاية سياسية **Political propaganda** - Propagande politique

309 ـ دعاية عامودية **Vertical propaganda** -Propagande vertical

310 ـ دعاية أفقية **Horizontal propaganda** - Propagande horizontale

311 ـ دعاية تحريضية **Inciting propaganda** – Propagande incitatrice

312 ـ دعاية اندماجية **Integrationist propaganda** - Propagande intégrationniste

313 ـ دعاية تسويقية Propagande de marketing - Marketing propaganda

314 ـ دعاية مباشرة Propagande directe - Direct propaganda

315 ـ دعاية غير مباشرة Propagande indirect - Indirect propaganda

316 ـ دعاية بيضاء Propagande blanche - White propaganda

317 ـ دعاية رمادية Propagande grise - Gray propaganda

318 ـ دعاية سوداء Propagande noire - Black propaganda

319 ـ دليل Guide – Guide

320 ـ دورية Périodique – Periodical

321 ـ ديمقراطية إلكترونية Démocratie électronique – Electronic democracy

322 ـ ديناميكية الجماعة Dynamique du groupe - Group dynamics

ذ

323 ـ ذاتي الاستعمال Auto-administré -Auto-administrated

ر

324 ـ راديو رقمي Radio digitale - Digital radio

325 ـ راديو الأنترنت Radio d’Internet - Internet radio

326 ـ راديو الويب Radio du web - Web radio

327 ـ رأي Opinion - Opinion

328 ـ رأي عام Opinion publique -Public opinion

329 ـ رجع الصدى Rétrocation – Feedback

330 ـ رسالة Message – Message

331 ـ رقابة Sensure - Censorship

332 ـ رقابة ذاتية Auto-censure - Self-censorship

333 ـ رقمي Numérique -Numerical

334 ـ رهاب سيبراني Cyberterrorisme - Cyberterrorism

ز

335 ـ زعامة Commandement – Leadership

336 ـ زيارة الكترونية- Visite électronique -Electronic Visit

س

337 ـ سخرية Ridiculiser -Ridicule

338 ـ سلوك Comportement -Behavior

339 ـ سلوك جماهيري Comportement de masse - Mass behavior

340 ـ سبرنتيقية Cybernetics Cybernétique -

341 ـ سيكولوجية الاتصال Psychologie de la communication – Psychology of communication

342 ـ سيكولوجية الاتصال الجماهيري Psychologie de la communication de masse –Psychology of mass communication

343 ـ سيكولوجية الفيلم Psychologie du film - Film psychology

344 ـ سياسات الإعلام Politiques des medias - Media policies

345 ـ سيناريو Scénario – Scenario

346 ـ سينما Cinéma – Cinema

ش

347 ـ شائعة Rumeur - Rumour

348 ـ شاكلة Profil -Profile

349 ـ شبكة برامجية Réseau de programmes – Network programs

350 ـ شبكة ويب العالمية World Wide Web Réseau international du web -

351 ـ شخصنة المعلومة Personnalisation de l’information -Information personnilization

352 ـ شريط الأنباء Actualités - bar d'information - Bar news

353 ـ شعار Slogan - Slogan

354 ـ شعور Sentiment - Feeling

ص

355 ـ صحافة Presse - Press

356 ـ صحافة إلكترونية journalisme électronique - Electronic journalism

357 ـ صحافة جديدة New journalism Nouveau journalisme -

358 ـ صحافة المواطن Citizen journalism- Journalisme citoyen

359 ـ صحافة متخصصة Specialized press - Presse Spécialisée

360 ـ صحافي Journalist – Journaliste

361 ـ صحيفة Newspaper – Journal

362 ـ صحيفة حية LiveJournal - Journalisme vivant

363 ـ صحيفة متخصصة Specialized newspaper - Journal specialisé

364 ـ صحيفة جماهيرية Mass newspaper - Journal de masse

365 ـ صدق Compliance -Conformité

366 ـ صورة Photo - Photo

367 ـ صورة إخبارية photo news – Photo de presse

368 ـ صورة ذهنية Mental image – Image Mental

369 ـ صورة نمطية Stereotype – Stéréotype

370 ـ صورة متحركة Motion picture - Image animée

371 ـ صياغة الإعلان Advertising editing- Rédaction de l'annonce

ط

372 ـ طباعة Printing - Impression

373 ـ طبيعة الحرب النفسية Psychology war nature - Nature de la guerre psychologique

374 ـ طبيعة عملية الإتصال Nature of communication process-Nature du processus de communication

375 ـ طرق معلوماتية سريعة Highways of information-Autoroutes de l'information

ع

376 ـ عائق الاتصال Communication barrier - Obstacle de la communication

377 ـ عالم النسوي الافتراضي Cyberfeminism – Cyberféminisme

378 ـ عامل مسرع Acceleration factor - Facteur d'accélération

379 ـ عرض الحقائق Telling the truth- Présenter la vérité

380 ـ علاقات عامة Public relations- Relations publiques

381 ـ علم Science- Science

382 ـ علم الإتصال Communicology - Communicologie

383 ـ علوم الإعلام والاتصال Information and communication sciences - Sciences de l’information et de la communication

384 ـ علم الدلالة Semantics – Sémantique

385 ـ علم السمعيات Audiology - Audiologie

386 ـ علاقة Relation – Relation

387 ـ عمود صحفي Column – Colonne

388 ـ عناصر الخبر News elements- Eléments de l’information

389 ـ عنوان صحفي Press title - Titre de presse

390 ـ عنوان رئيسي Headline – Manchette

391 ـ عنوان فرعي Subtitle - Sous-titre

392 ـ عنوان إيضاحي Explanatory title - Titre explicative

393 ـ عنوان استفهامي Interrogative title - Titre interrogative

394 ـ عنوان الخبر News title - Titre de l’information

395 ـ عنوان خبري Informational title -Titre informationnel

396 ـ عنوان عريض Banner line- Manchette

397 ـ عنوان تحريضي Provocative title - Titre provocatif

398 ـ عنوان تقريري Declarative title- Titre déclaratif

399 ـ عنوان الكتروني Electronic adress- Adresse électronique

400 ـ عولمة Globalization – Mondialisation

401 ـ عولمة محلية Glocalization - Glocalisation

غ

402 ـ غرفة دردشة Chat room - Forum de discussion

403 ـ غسل الدماغ Brain washing - Lavage de cerveaux

ف

404 ـ فئة مترددة Hesitant category - Catégorie hésitante

405 ـ فجوة رقمية Digital divide- Fracture numérique

406 ـ فريدو المواقف Allness attitude - Attitude singulière

407 ـ فضاء وسائل الإعلام Mediasphere – Médiasphère

408 ـ فضاء افتراضي Cyberspace - Cyber-espace

409 ـ فكر Thinking- Réflexion

410 ـ فكرة Idea – Idée

411 ـ فلترة الكترونية Censorware – Filtrage

412 ـ فن Art – Art

413 ـ فيديو Video – Vidéo

414 ـ فيديوتكست Videotext – Vidéotexte

415 ـ فيلم إعلامي Information film - Film d'information

416 ـ فيلم سينمائي Motion picture - Projection animée

417 ـ فيلم وثائقي Documentary film - Film documentaire

418 ـ فهم Understanding – Compréhension

ق

419 ـ قابلية التصديق Credibility – Crédibilité

420 ـ قابلية للاقناع Persuadibilité - Persuability

421 ـ قارئ نشط Active reader - Lecteur actif

422 ـ قالب جامد Stereotype – Stéréotype

423 ـ قالب الهرم The pyramid model – Le modèle de la pyramide

424 ـ قالب الهرم المعتدل المتدرج The gradual pyramid model – Le modèle de la pyramide graduée

425 ـ قالب الهرم المقلوب The inversed pyramid model – Le modèle de la pyramide inversée

426 ـ قالب الهرم المقلوب المتدرج The inversed gradual pyramid model – Le modèle de la pyramide graduee inverse

427 ـ قائد الرأي Opinion Leader - Leader d'opinion

428 ـ قبول Acceptance – Acceptation

429 ـ قذف Deffamation – Diffamation

430 ـ قرار Decision – Décision

431 ـ قرصان - Pirate Hacker

432 ـ قسم التحرير Redaction section - Section de la redaction

433 ـ قصة صحافية Press Story - Récit de presse

434 ـ قلب الصورة Reverse the image- Inverser l'image

435 ـ قناة Chanel – canal

436 ـ قناة الاتصال Communication chanel - Canal de communication

437 ـ قيمة Value – Valeur

438 ـ قياس Gauging – Mesure

ك

439 ـ كاتب رقمي Electronic writer- Ecrivain électronique

440 ـ كتاب Book – Livre

441 ـ كتاب إلكتروني Electronic book - Livre électronique

442 ـ كتابة Writing – Ecriture

443 ـ كعك Cookie- Cookie

444 ـ كفاءة الوسائل الإعلامية Media efficiency- Efficacité des medias

445 ـ كلمة Word - Mot

ل

446 ـ لغة Language – Langue

447 ـ لغة الإنترنت (إتش تي إم إل html) HyperText Markup Language- Langage html (HTML)

448 ـ لفت الأنظار Draw attention- Attirer l'attention

449 ـ لقطة Shot - Prise de vue

450 ـ لوحة الوصول Access panel - Panneau d'accès

م

451 ـ مانشيت Headline- Manchette

452 ـ مايسبايس MySpace - Myspace

453 ـ مبدأ الجبل الجليدي Iceberg principle - Le principe de l'Iceberg

454 ـ مبدأ الخير والشر Good and evil principle - Principe du bien et du mal

455 ـ مثير Stimulus – Stimulant

456 ـ محاكاة Simulation - Simulation

457 ـ مجال الحركة Action field - Champ d'action

458 ـ مجتمع Society – Société

459 ـ مجتمع النشر Publishing Community - Edition communautaire

460 ـ مجتمع محلي Local society- Société locale

461 ـ مجتمع مدني Civil society- Société civile

462 ـ مجتمع المعلومات Information society - Société de l'information

463 ـ مجتمع المعرفة Knowledge society- Société du savoir

464 ـ مجتمع شبكي Network society - Société des réseaux

465 ـ مجلة Magazine(Journal) – Revue

466 ـ مجلة الكترونية Electronic magazine- Revue électronique

467 ـ مجمع Agregator- Agrégateur

468 ـ مجموعة افتراضية Virtual community - Communauté virtuelle

469 ـ مجموعة الضبط Control group - Groupe témoin

470 ـ مجموعة دردشة Discussion group - Groupe de discussion

471 ـ محتوى Content – Contenu

472 ـ محرر Editor – Editeur

473 ـ محرر الإعلان Advertising copywriter - Rédacteur de publicité

474 ـ محرك البحث Search engine- Moteur de recherche

475 ـ مخبر Reporter – Reporter

476 ـ مخرج Director – Directeur

477 ـ مدمن التلفزيون Couch potato- Téléphage

Cyberjunkies - Cyberjunkies 478 ـ مدمن افتراضي

Spin doctor - Spin doctor 479 ـ مدور

Blogosphere- Blogosphère 480 ـ مدونات

Blog- Blog 481 ـ مدونة

Rewriting – Adaptation 482 ـ مراجعة

Correspondent – Correspondant 483 ـ مراسل

Sender – Expéditeur 484 ـ مرسل

Resources center- Centre de ressources 485 ـ مركز الموارد

Reciever – Récepteur 486 ـ مستقبل

Social survey - Enquête sociale 487 ـ مسح اجتماعي

Theatre- Théâtre 488 ـ مسرح

Modern theatre- Théatre moderne 489 ـ مسرح حديث

Lyric theatre- Theâtre lyrique 490 ـ مسرح غنائي

Theatre of the absurd- Theâtre de l'absurde 491 ـ مسرح العبث

User- Usager 492 ـ مستعمل

Website administrator- Administrateur de site web 493 مسير الموقع الالكتروني

Active participation - Participation active 494 ـ مشاركة فعالة نشطة

Informations sources - Sources d'information 495 ـ مصادر الخبر

Publication – Publication 496 ـ مطبوع

Sérendipité -Serendipidity 497 ـ معاينة بالصدفة

Social norms - Normes sociales 498 ـ معايير الاجتماعية

Knowledge – Connaissance 499 ـ معرفة

Informations – Informations 500 ـ معلومات

Informatics- Informatique 501 ـ معلوماتية

Concept – Concept 502ـ مفهوم

Interview – Entrevue 503 ـ مقابلة صحفية

Editorial – Editorial 504 ـ مقال افتتاحي

Analytic article - Article analytique 505 ـ مقال تحليلي

Press article - Article de presse 506 ـ مقال صحفي

507 ـ مقال نقدي Article crtique - Critical article

508 ـ مُقرنة صوتية Coupleur accoustique - Acoustical coupler

509 ـ مقلة Eyeballs Eyballs -

510 ـ مقياس الاستماع والمشاهدة (أوديوميتر): Audiomètre - Audiometer

511 ـ مواد أرشيفية Matériel d'archives - Archival material

512 ـ موسوعة إلكترونية Wiki -Wiki -

513 ـ موقع Site -Site

514 ـ موقع أرشيف Site d'archives – Archive site

515 ـ موقع تحدي Gripe site

516 ـ مكتبة الكترونية –مكتبة افتراضية-Bibliothèque virtuelle -Virtuel library

517 ـ مكتبة الأفلام Cinémathèque -Cinematheque

518 ـ مكون معرفي Composante cognitive - Cognitive composant

519 ـ منهج علمي Méthodologie scientifique - Scientific methodology

520 ـ ملكية أدبية Droit d'auteur - Copyright

521 ـ منشور Brochure - Tract

522 ـ منتِج Producteur - Producer

523 ـ مواكبة الحشدTenir avec la foule - Keep up with crowd

524 ـ مؤتمر Conférence - Conference

525 ـ مؤتمر صحفي Conférence de presse - Press conference

526 ـ مؤتمر الالكتروني Conférence électronique -E-conference

527 ـ مؤلف Auteur – Author

528 ـ موصولية Accessibilité -Accessibility

529 ـ موصولية عامة Accès universel -Universel access

530 ـ ميثاق الشرف Code moral - Moral code

ن

531 ـ نادي السينما Club de cinéma - Cinema club

532 ـ نادي المستمعين Club des auditeurs - Radio club

533 ـ نادي المشاهدين Club des spectateurs - Tele club

534 ـ ناشر **Publisher** - éditeur

535 ـ نشر **Publishing** – édition

536 ـ نشرة الأخبار **Newscast** - Journal des informations

537 ـ نص متشعب**Hypertext** - Hypertexte

538 ـ نظام سياسي **Political system** - Système politique

539 ـ نظام معلومات **Informations system** - Système Des informations

540 ـ نظام إرسال الملفات (إف تي بي) Protocole de transfer de dossiers **File Transfer Protocol** -

541 ـ نظرية **Theory** – Théorie

542 ـ نظريات الاعلام والاتصال- **Communication theories**- Théories de la Communication

543 ـ نمطية – Typical **Typique**

544 ـ نوع محلي عالمي **Glocal kind**- Genre glocal

هـ

545 ـ هجوم إعلاني **Attack ad** – Publicité d’attaque

546 ـ هدف إعلامي **Media target** - Objectif médiatique

547 ـ هندسة المعلومات **Information architecture**- Architecture de l’information

548 ـ هوس الاستطلاعات **Sondomania**- Sondomanie

و

549 ـ وسائل الاعلام والاتصال**Medias**- Médias

550 ـ وسيط معلوماتي **Information broker**- Courtier en information

551 ـ ويكيبيديا **Wikipedia** Wikipédia -

552 ـ الوسائط الجديدة **New media**-Nouveaux médias

553 ـ وسائط متعددة **Multimedia**- Multimédia

554 ـ وساطة االكترونية **Cybermediation**- Cybermédiation

555 ـ وسيلة الاتصال التقليدية **Traditional media** - Médias traditionnels

556 ـ وسيلة الاعلام والاتصال الجماهيرية **Mass media** – Médias de masse

557 ـ وسيط الاتصال Médiateur – Medium

558 ـ وعي Conscience - Awareness

559 ـ وكالة الأنباء Agence de presse - News agency

560 ـ وكالة الإعلانAgence de publicité - Advertising agency

ي

561 ـ ياهو !Yahoo -Yahoo

الفهرس